



UNIVERSIDADE DA CORUÑA

Facultade Ciencias Do Traballo

MÁSTER EN XESTIÓN E DIRECCIÓN LABORAL

***Apps para el empleo: el reclutador y el
candidato***

Apps para o emprego: o reclutador e o candidato

Apps for employment: the recruiter and the candidate

TRABAJO FIN DE MÁSTER

CURSO ACADÉMICO: 2019/2020

ALUMNO/A: Carla Gómez Castro

TUTORA: M^a Dolores Sánchez Fernández

RESUMEN

El reclutamiento y la selección de personal están en constante evolución, tanto las estrategias como las herramientas utilizadas han ido sufriendo cambios que se han visto incrementados con la revolución de las tecnologías e internet.

La forma en que nos mantenemos en contacto, nos comunicamos y construimos relaciones personales ha cambiado. Hoy en día, apenas escribimos cartas, pero enviamos correos electrónicos, o en lugar de llamar por teléfono, enviamos WhatsApp.

De igual manera que se ha producido una revolución en nuestra vida personal, también se ha originado una revolución en la vida profesional, desde el punto de vista de los empleados como de las organizaciones, y para todos los departamentos.

Los departamentos de Recursos Humanos también han evolucionado en cuanto a la manera de gestionar a las personas, seleccionarlos y atraerlos. El Departamento de Recursos Humanos no solo gestiona las horas de trabajo y los salarios, sino que también gestiona su capital humano a través de políticas innovadoras y motivadoras para los empleados. La participación y la participación de los empleados en estas áreas tienen un significado especial.

Estamos ante los llamados Recursos Humanos 2.0 y para llevar a cabo estas prácticas, la Web tiene un papel muy importante para reclutadores. Al mismo tiempo, cobra especial relevancia el denominado Reclutamiento 3.0 o Reclutamiento móvil, ya que es el movimiento de moda para encontrar candidatos o buscar empleo, debido a su fácil implementación e integración con las redes sociales, medios de comunicación que en los últimos años se están convirtiendo en un fuerte aliado para empresas y candidatos. Rapidez, simplicidad, interacción y geolocalización son los grandes valores protagonistas en el reclutamiento móvil. Los candidatos pueden solicitar puestos de trabajo próximos a su ubicación. Además, el candidato desempeña un papel mucho más protagonista siendo capaz de interactuar con las empresas a través del chat.

El presente trabajo pretende dar a conocer las nuevas tendencias en reclutamiento y selección de personal que las empresas están llevando a cabo para lograr el éxito. El reclutamiento interno y el externo o las nuevas tendencias en reclutamiento web como las redes sociales o las *apps* han promovido un acercamiento y mayor comunicación entre candidatos y empresas

PALABRAS CLAVE

Reclutamiento, Reclutamiento móvil, Portales de empleo, Fuentes de reclutamiento.

ABSTRACT

Recruitment and recruitment of staff are constantly evolving; both the strategies and tools used have been undergoing changes that have been increased with the revolution of technologies and the internet.

The way we stay in touch, communicate and build personal relationships has changed. Today, we barely write letters, but we send emails, or instead of calling, we send WhatsApp.

Just as there has been a revolution in our personal lives, a revolution has also originated in professional life, from the point of view of employees as well as organizations, and for all departments.

The Human Resources Departments have also evolved in terms of how people are managed, selected, and attracted. The Human Resources Department not only manages working hours and wages, but also manages its human capital through innovative and motivating policies for employees. The participation and participation of employees in these areas has special significance.

We are looking at the so-called Human Resources 2.0 and to carry out these practices, the Web has a very important role for recruiters. At the same time, the so-called Recruitment 3.0 or Mobile Recruitment is particularly important, as it is the fashion movement to find candidates or seek employment, due to its easy implementation and integration with social networks, media that in recent years are becoming a strong ally for companies and candidates. Rapidity, simplicity, interaction and geolocation are the great leading values in mobile recruitment. Candidates can apply for jobs near their location. In addition, the candidate plays a much more prominent role being able to interact with companies through chat.

This paper aims to publicize the new trends in recruitment and recruitment that companies are carrying out to achieve success. Internal and external recruitment or new trends in web recruitment such as social media or apps have promoted a closer approach and greater communication between candidates and companies.

KEYWORDS

E-recruitment, Mobile recruitment, Job website, Recruitment sources

INDICE

1. INTRODUCCIÓN	6
2. REVISIÓN DE LA LITERATURA	8
2.1. Reclutamiento de personal.....	8
2.2. Fuentes de reclutamiento	8
2.3. Fuentes de reclutamiento existentes.....	9
2.4. Herramientas de reclutamiento.	9
2.5. Medios de reclutamiento.....	10
3. OBJETIVOS y METODOLOGÍA	11
4. DIFERENTES TIPOLOGÍAS PARA LA BÚSQUEDA DE PERSONAL.	13
4.1. Redes Sociales y Networking	13
4.1.1. Redes sociales personales.....	14
4.1.2. Redes sociales profesionales	16
4.2. Webs corporativas.....	16
4.3. Portales de empleo	17
4.4. Gammificación.....	23
5. BÚSQUEDA DE EMPLEO (CANDIDATO-RECLUTADOR).	26
5.1. Concepto de e-recruitment.....	26
5.2. APPS empleadas para la búsqueda de empleo.....	27
5.3. Análisis Cuantitativo.....	32
5.3.1. Introducción.....	32
5.3.2. Resultados primer cuestionario	33
5.3.3. Resultados segundo cuestionario.....	36
6. CONCLUSIONES	39
7. BIBLIOGRAFÍA.....	41
8. ANEXOS.....	44

8.1. ANEXO 1: Preguntas correspondientes al primer cuestionario dirigido a trabajadores y personas en búsqueda activa de empleo.....	44
8.2. ANEXO 2: Gráficos y explicaciones correspondientes al cuestionario realizado a trabajadores y personas en búsqueda activa de empleo.....	62
PERFILES	62
8.3. ANEXO 3: Preguntas correspondientes al segundo cuestionario dirigido a profesionales de los Recursos Humanos.	71
8.4. ANEXO 4: Gráficos y explicaciones correspondientes al cuestionario realizado a profesionales de los Recursos Humanos.	91
8.5. ANEXO 5: Imagen I.....	101
8.6. ANEXO 6: Imagen II	102
8.7. ANEXO 7: Imagen III	103
8.8. ANEXO 8: Imagen IV	104

1. INTRODUCCIÓN

El reclutamiento 3.0, también conocido como *mobile recruitment*, nace debido a la velocidad de cambio del mercado que está marcando la diferencia entre las empresas que saben adaptarse a los nuevos ritmos en el área de Recursos Humanos, adoptando políticas basadas en la innovación y comunicación.

Las empresas deben ser conscientes de la importancia de la inversión en capital humano, puesto que va a ser la persona que con su trabajo y cultura, la que hará posible este cambio que es necesario para la transformación al nuevo modelo de gestión y reclutamiento 3.0.

El nuevo rol del Departamento de Recursos Humanos es el de asumir el papel de socio estratégico y de la nueva visión comercial integrándolo, de igual manera en la digitalización de sus procesos, para adaptarlo a las nuevas tecnologías y nuevos perfiles, fomentando la atracción de talento y lealtad, creando confianza y compromiso.

Reclutamiento 3.0 es una forma de establecer una relación entre la empresa y los candidatos a través de diversas herramientas interactivas disponibles como la web, las redes sociales, las aplicaciones, los blogs o los foros on-line. Es decir, las empresas que apuestan por la tecnología vinculada a la gestión del reclutamiento 3.0, basada en la difusión de ofertas, búsqueda de candidatos y creación de la marca personal en diversas páginas webs como LinkedIn, Facebook o Twitter, donde existe una iteración directa entre candidatos y reclutadores.

Se debe adaptar el aspecto y funcionalidad de las webs corporativas, plataformas de empleo, redes profesionales y toda herramienta con la que cuenten los reclutadores para gestionar a los candidatos a los nuevos perfiles. No es suficiente con tener presencia en la red, si no que el propio reclutador tiene que lograr que el usuario se sienta cómodo y permanezca el tiempo necesario para poder interactuar con los mismos desde sus dispositivos móviles, que son imprescindibles en el día a día y hacen posible que el reclutamiento 3.0 ya sea una realidad.

Lo fundamental en esta estrategia es que la organización tenga su web optimizada en los diferentes dispositivos, especialmente en los dispositivos móviles, de manera que se pueda mostrar de la mejor manera posible para los interesados en las ofertas de trabajo. En muchos casos, las empresas pierden posibles candidatos debido a

que su web no está optimizada para el uso móvil, por lo que es muy importante que la web esté diseñada para adaptarse a las aplicaciones móviles.

El reclutamiento móvil es un paso más en las formas de reclutamiento en la actualidad, que presenta como su mayor atractivo el mercado potencial. Es importante entender que estamos en un mundo móvil. Así como Internet ha cambiado nuestras vidas, la movilidad es otro fenómeno que está revolucionando nuestros patrones de consumo y métodos de búsqueda de empleo. El *mobile recruitment* se presenta como un cambio de paradigma y una nueva estrategia en los procesos de selección de personal en los departamentos de Recursos humanos.

2. REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1. Reclutamiento de personal.

Según Llanos (2005, p.44) el reclutamiento es una de las funciones más importantes para las empresas ya que “de ello depende que la organización cuente con personal cualificado, actualizado y capacitado”, otorgándole a su vez “un nivel de competitividad y cumplimiento cabal de sus objetivos globales”.

El reclutamiento de personal se ha convertido en un proceso de vital importancia para la captación de los empleados más adecuados, definido como un proceso que está orientado a la búsqueda de candidatos potenciales para cubrir una vacante.

Para Chiavenato (2000, p.1) el reclutamiento “es el conjunto de técnicas y procedimientos orientados a atraer candidatos potencialmente calificados y capaces de ocupar cargos dentro de la organización.”

En base a Chiavenato (2000, p.1) “para ser eficaz, el reclutamiento debe atraer suficiente cantidad de candidatos para abastecer de modo adecuado el proceso de selección. El reclutamiento también debe suministrar la selección de la materia prima básica (candidato) para el funcionamiento de la organización.”

2.2. Fuentes de reclutamiento

Teniendo en cuenta lo recogido en (Gestión del talento) las fuentes de reclutamiento se pueden definir como el proceso por el cual se invitan a los aspirantes a solicitar la vacante que se encuentra disponible en la organización. En el proceso se trata de informar a los candidatos los requisitos para el puesto y las oportunidades de desarrollo que ofrece la organización a todos sus empleados.

Cuando una empresa se encuentra en la necesidad de buscar una vacante, realiza un proceso conocido como “reclutamiento”. El proceso comienza con la búsqueda de posibles candidatos que cumplan con los requisitos del trabajo ofertado.

Para que el reclutamiento sea exitoso, se espera atraer un número suficiente de candidatos para que el proceso de selección sea exitoso. Las fuentes de reclutamiento permiten a los reclutadores encontrar los recursos humanos que necesitan.

2.3. Fuentes de reclutamiento existentes.

A. Fuentes de reclutamiento interno.

Las empresas cuentan con fuentes de reclutamiento interno, los empleados de la compañía constituyen una fuente esencial de posibles candidatos para un puesto, pudiendo ser una promoción interna o un traslado horizontal de su cargo.

Una organización, antes de contratar personal externo, tiene que evaluar la posibilidad de que un miembro de su compañía pueda desempeñar el cargo que se necesita.

El reclutamiento interno suele ser beneficioso para la organización, ya que permite motivar a los colaboradores brindando la posibilidad de acceder a un mejor puesto de trabajo con respecto al que desempeñan en la actualidad. Así mismo, la compañía tiene la certeza de que podrá seguir contando con personal de confianza en puestos clave de la propia organización.

B. Fuentes de reclutamiento externo.

Cuando el puesto que la organización necesita cubrir y no hay candidatos en el interior de la misma se recurre a las fuentes externas. Puede deberse a la necesidad de asumir cargos específicos de trabajo, que deben buscarse fuera de la empresa, por ejemplo, cubrir un puesto de trabajo específico o realizar una tarea que solamente pueda desempeñar un especialista.

2.4. Herramientas de reclutamiento.

Existen, entre otras, las siguientes herramientas para la búsqueda y captación de talento:

- **Candidaturas espontáneas:** Presentación voluntaria de currículums por parte de solicitantes de empleo para futuras contrataciones. Es posible que la empresa en ese momento no disponga de ofertas activas, pero es una buena manera de demostrar, por parte del solicitante, su interés en formar parte de la empresa.
- **Referencias de otros empleados:** Los actuales empleados de la organización pueden comunicar algunas referencias de personas que conocen al departamento de Recursos Humanos.

- **Portales de empleo:** Las compañías publican oportunidades de empleo a través de su sitio web. Además, los posibles candidatos pueden publicar en las mismas sus curriculums y acceder a las ofertas de trabajo publicadas por las empresas.
- **Redes sociales:** Son herramientas muy importantes para reclutar y seleccionar talento, ya que a través de ellas se pueden verificar datos a la hora de realizar la búsqueda de personal, comprobando intereses y aficiones con la finalidad de observar si el futuro candidato tiene los mismos valores que la organización.
- **Apps:** Aplicaciones específicas que muestran las vacantes y gestionan el proceso de selección. Permiten al usuario buscar empleo desde cualquier lugar, de una manera simple, para que los reclutadores puedan encontrar candidatos para los procesos de selección y contratación.

2.5. Medios de reclutamiento.

Jaime A. Grados (2013, p.8) los define como “*los medios de difusión que el encargado de reclutamiento utiliza para dar a conocer un puesto vacante.*” Estos medios son de gran utilidad por su potencialidad de difusión. (Luis Humberto Hernández Díaz, 2014)

3. OBJETIVOS

A través del presente trabajo trataré de proporcionar una visión de la evolución que han supuesto las herramientas 2.0 y 3.0 en los departamentos de Recursos Humanos de las organizaciones, enfocándome en la función de reclutamiento que llevan a cabo los mismos y que, a día de hoy, es esencial un reclutamiento 2.0 y 3.0 debido a que las redes sociales y las aplicaciones de búsqueda de empleo tienen un papel fundamental.

Se definirá el concepto de reclutamiento, los tipos y fuentes más utilizadas, las herramientas de reclutamiento y medios existentes. Así mismo, se pretende conocer mejor las herramientas 2.0 y 3.0 más utilizadas por los reclutadores a la hora de atraer y retener talento. Estas son las webs corporativas, los portales de empleo, redes sociales y las aplicaciones de búsqueda de empleo. A parte de detallar la acogida que tienen por parte de reclutadores y candidatos, se hará una mención a sus contenidos y funcionamiento. Se analizarán dentro de cada una de las herramientas (redes sociales, *apps*, webs corporativas, portales de empleo) aquellos que despiertan un mayor interés debido a su originalidad, empleabilidad o número de seguidores.

A través de diversos cuestionarios, se intentará conocer el alcance de las herramientas 2.0 y 3.0 utilizadas para reclutar candidatos y a la vez, para que los candidatos se den a conocer a las diferentes organizaciones. A través de los resultados obtenidos, se podrá averiguar de qué forma las diferentes tipologías digitales existentes ayudan a encontrar empleo y a retener el mejor talento.

METODOLOGÍA

Para realizar la investigación sobre las diferentes herramientas existentes para la búsqueda de empleo se han aplicado dos técnicas complementarias: un estudio cualitativo mediante la revisión de fuentes secundarias a través de la consulta de diferentes páginas para obtener los principales conceptos relacionados con la búsqueda de empleo, las fuentes de reclutamiento existentes, los tipos, las diferentes tipologías digitales, etc. La información obtenida me ha permitido conocer cómo de importante son las herramientas digitales que disponemos hoy en día para buscar empleo y retener talento, complementándolo con un estudio cuantitativo mediante la recogida de información de dos cuestionarios, uno enfocado a todos los trabajadores y personas que se encuentran en búsqueda activa de empleo y otro enfocado a los profesionales de los

Recursos Humanos, con el objetivo de conocer de qué manera las diferentes tipologías digitales para el empleo surten efecto a la hora de encontrar trabajo y como son utilizadas en el día a día, tanto por reclutadores como candidatos.

4. DIFERENTES TIPOLOGÍAS PARA LA BÚSQUEDA DE PERSONAL.

4.1. Redes Sociales y Networking

La búsqueda de talento se ha convertido en uno de los pilares básicos en los departamentos de recursos humanos, donde el reclutamiento y la selección son la clave para atraer a los mejores candidatos. El talento es global por lo que los reclutadores buscan talento por todo el mundo. En este aspecto, las redes sociales son una parte muy importante para realizar contactos e identificar el talento a través de conversaciones por la red.

El reclutamiento 2.0 no solo implica publicar ofertas de empleo en las distintas redes sociales o reclutar candidatos a través de las mismas, sino, que también implica mejorar la empresa y atraer talento.

Las empresas deben ser capaces de hacer que los candidatos puedan contactar con ellas, por lo que las redes sociales brindan la oportunidad de tener una comunicación activa con los posibles candidatos aunque no existan vacantes en ese momento. Se ha pasado de realizar una búsqueda pasiva de talento a través de los portales de empleo a una interacción directa creando espacios de diálogo con los futuros talentos de la compañía. Las empresas utilizan el *networking* para realizar contactos y captar talento, ya sea acudiendo a ferias o eventos o a través de las redes sociales.

Las ventajas de llevar a cabo un reclutamiento 2.0 son las siguientes:

- Ahorro en el coste de publicar ofertas de empleo: publicar oportunidades de empleo o encontrar talento en las redes sociales significa ahorrar en el presupuesto de reclutamiento.
- Posibilidad de encontrar candidatos adecuados sin necesidad de realizar cribas ni leer muchos currículums. Además, los reclutadores pueden obtener talento de cualquier parte del mundo.
- Posibilidad de identificar y contactar con candidatos pasivos, aquellos que no buscan trabajo activamente y por lo tanto son difíciles de localizar ya que no se inscriben en ofertas de empleo. A través de las redes sociales se puede contactar con ellos y verificar si cumplen con el perfil requerido.

Las redes sociales se han convertido en una herramienta para la búsqueda de candidatos por parte de las empresas, y así, poder evaluar conocimientos y habilidades de los candidatos. Los reclutadores pueden valorar ciertos contenidos en las redes sociales como motivaciones, intereses, liderazgo o cómo se presenta el candidato ante el resto de la sociedad.

Los reclutadores utilizan numerosas herramientas de búsqueda como por ejemplo (Sergio, Tutores de Formación, 2020):

- Búsqueda de información a través del correo electrónico del candidato.
- Búsqueda de información que está asociada a la foto de perfil del candidato en las redes sociales.
- Búsqueda de información a través de los buscadores.

4.1.1. Redes sociales personales.

➤ Facebook

Según M4rketing Ecommerce (Galeano, 2020), Facebook es la red social por excelencia, con **2.449 millones de usuarios** a nivel mundial. Para Talent Clue (p.6-10) (Los beneficios de reclutar en las redes sociales. Pros y contras.) esta red social nos permite conocer información que no se incluye en los currículums como habilidades personales, aficiones u otra información adicional de interés que sea útil para cumplimentar el currículum de los candidatos. Del mismo modo, los reclutadores pueden hacerse una idea de cómo es el candidato a nivel personal debido a las publicaciones que éste ha publicado y que se podrán tener en cuenta. También, a través de esta red social, el reclutador puede buscar utilizando *hashtags* y de esta manera poder segmentar las ofertas de empleo y contactar con el posible candidato gracias a la facilidad que nos brinda esta red social. Finalmente, los empleados de la compañía pueden compartir las ofertas de trabajo, facilitando a los reclutadores la búsqueda del candidato ideal.

➤ Twitter

Según Talent Clue (p.28-31) (Los beneficios de reclutar en las redes sociales. Pros y contras.) Twitter se ha convertido en la red de noticias por excelencia. Millones

de personas la utilizan de forma diaria para estar al día, buscar información y compartirla. Permite anunciar las posiciones de forma rápida y eficiente logrando una mayor difusión de las mismas entre los seguidores. Twitter funciona de manera similar a un buscador, por lo que, con el *hashtag* *#empleo*, el reclutador llegará a miles de personas. Facilita a las empresas el poder analizar o valorar posibles candidatos, gracias a la información que se obtiene sobre las características profesionales, intereses o empresas a las que siguen. La privacidad que permiten los mensajes directos facilitan el contacto y la conversación entre los posibles candidatos y los reclutadores. De esta manera, los reclutadores, pueden ver su interés y ampliar la información de la oferta siempre que sea necesario. Por último, esta red social proporciona información de carácter personal, ya que si el reclutador encuentra al candidato idóneo, puede ver su historial de tuits, ofreciendo información sobre su carácter, intereses y manera que tiene de comunicarse. Aspectos que son muy necesarios antes de contactar de forma directa con el candidato.

➤ **Google +**

Basándonos en la información proporcionada por Talent Clue (p.16-19) el posicionamiento en buscadores (SEO) permite mejorar la visibilidad de las ofertas de empleo de manera que las personas que están buscando algo similar en algún buscador pueden encontrarlas más fácil. Al pertenecer a Google, los anuncios de Google + generan automáticamente un ranking de búsqueda superior en Google, lo que hace que la visibilidad de las ofertas de empleo publicadas, multipliquen de forma significativa la visibilidad. Las comunidades de Google + permiten encontrar y descubrir a personas con talento. Estas comunidades son grupos segmentados donde se comparten, discuten y aportan contenidos diferentes. En estas comunidades es recomendable interactuar y darse a conocer.

Una de las características de Google + es la posibilidad de mandar un email a una de las personas que el reclutador tiene en sus círculos, de manera que puede mantener un contacto directo con el candidato de forma más rápida.

4.1.2. Redes sociales profesionales

➤ LinkedIn

Tomando como referencia el trabajo “Reclutamiento 2.0: Herramientas 2.0 en los procesos de reclutamiento (p.30) (Bringas, 2016) LinkedIn es una excelente red profesional para reclutadores y candidatos. La gran parte de empresas de nuestro país utilizan esta red social para llevar a cabo la selección y reclutamiento de personal.

Se basa en la experiencia profesional y conocimiento, una vez registrado el candidato ya puede colgar su currículum. Lo importante es crear un perfil atractivo que pueda usarse para establecer una red de contactos. En esta red los contactos son lo que aporta valor, por lo que conseguir una red de contactos de alta calidad es fundamental para lograr una reputación digital, ya que a través de éstos se pueden conseguir recomendaciones o validaciones.

LinkedIn ofrece la posibilidad de buscar candidatos a través de un motor de búsqueda, a través de la introducción de palabras clave, competencias, conocimientos, puesto o cargos y ubicación geográfica. Al mismo tiempo, los pueden agregar como contacto a un posible candidato o bien, realizar un seguimiento de la actividad de ese usuario sin la necesidad de enviar una invitación para conectar.

4.2. Webs corporativas

En base al Informe Infoempleo Adecco realizado en el año 2018 (Adecco Group, 2018) la web corporativa es la opción elegida por el 28,62% de los candidatos, además del 43,46% que se decanta por ellas de forma ocasional como medio para encontrar nuevas ofertas de empleo. El porcentaje es más elevado en lo que los profesionales se refiere ya que el 71,08% de los reclutadores las utiliza a diario. (Ver ANEXO n 5º)

Las webs corporativas (*websites*) fueron utilizadas por parte de las organizaciones como una herramienta para dar visibilidad a las empresas y promocionar sus productos y servicios (Ver ANEXO nº 6). Sin embargo esta situación sufre una evolución y pasan a ser portales, donde los visitantes, obtienen información dinámica de la organización, sus servicios y productos y, además, se expresan los valores y la cultura de la organización, convirtiéndose en un espacio donde se puede interactuar, compartir y comunicar contenidos, por lo que, se puede decir que las empresas utilizan las webs corporativas como un medio para atraer talento. Se suele incluir un apartado “trabaja con nosotros”, donde el candidato puede registrar su currículum e inscribirse a ofertas.

4.3. Portales de empleo

Tomando como referencia el Informe Infoempleo Adecco (Adecco Group, 2018), los portales de empleo se mantienen como la primera opción, por parte de los candidatos para encontrar empleo, con un porcentaje del 69,61% de usuarios que lo utiliza siempre, además de un 28,27% que lo utiliza de forma ocasional (Ver ANEXO nº 7). En el caso de los reclutadores esta situación es similar a la de los candidatos, ya que el 97,88% de los reclutadores recurren a ellos a la hora de captar talento (Ver ANEXO nº 8).

Según ACDeS Digital (Digital, 2017) los portales de empleo son sitios webs que reúnen en un mismo lugar miles de ofertas para cubrir cualquier tipo de puesto de trabajo de numerosas y variadas empresas. El objetivo de los portales de empleo, es que tanto el demandante de empleo como la empresa, cubran una necesidad laboral concreta. Por una parte, que el demandante encuentre un puesto de trabajo que se adapte a su perfil y por la otra, que la empresa encuentre a un candidato con un perfil adecuado para ocupar el puesto de trabajo ofertado de forma fácil y rápida.

Son cada vez más similares a las redes sociales y en la mayoría de ellos, se puede crear una red de contactos. Los portales de empleo pueden ser **generalistas**, donde podemos encontrar oportunidades de empleo de cualquier sector de actividad. Estas páginas son las más visitadas por las personas que buscan un trabajo. En general, tiene todo tipo de ofertas para casi todas las profesiones y responsabilidades. Mientras que los portales de empleo **especializados** son los que se dedican a búsquedas de empleo en sectores específicos.

Como ejemplo **de portales de empleo generalistas** tenemos entre otros, los siguientes:

4.3.1. Infojobs

Tal y como recoge el trabajo “Reclutamiento 2.0: Herramientas 2.0 en los procesos de reclutamiento” (Bringas, 2016), Infojobs es el portal de empleo de referencia en España. En esencia, el funcionamiento de Infojobs es simple. Los candidatos pueden registrar su currículums mediante un formato estandarizado y buscar ofertas en base a diversos filtros, mientras que, las compañías publican sus ofertas y reciben los currículums de los candidatos interesados. Dado que las empresas pueden

buscar directamente en sus bases de datos, los candidatos no necesitan inscribirse en una oferta de empleo.

En la barra de inicio se localizan diferentes pestañas:

- Empleo: Muestra todas las ofertas de empleo que se encuentran activas; se pueden filtrar por provincia, puesto de trabajo, empresa o palabra clave. También cabe la posibilidad de aplicar diferentes filtros como la fecha de publicación, categoría del puesto, estudios mínimos, tipo de contrato, etc.
- Freelance: Las empresas pueden publicar sus proyectos de manera gratuita. Deben escribirlo en detalle y especificar el tipo de profesional que están buscando. Una vez publicado pueden recibir propuestas de profesionales *freelance* o de compañías, además de invitar directamente a estos profesionales.
- Executive: Diseñado para perfiles de dirección o de *managment* con cinco años o más de experiencia. Sólo se puede acceder cuando se cumplen una serie de requisitos.
- Consejos: A través de Infojobs se puede acceder a recomendaciones sobre búsqueda de empleo, mejora de currículums, entrevistas de trabajo, etc.

Una vez que el candidato ingresa en su perfil puede:

- Acceder a su currículum. Existe la opción de tener varios y emplear uno u otro dependiendo del puesto al que se quiere optar.
- Buscar ofertas de empleo, establecer las preferencias y recibir alertas sobre futuras ofertas de empleo.
- Realizar un seguimiento del estado de sus candidaturas y de las visitas recibidas en su perfil.
- Crear una red de contactos en función de su provincia o empleos anteriores.

Además en este portal se publican comentarios de candidatos que encuentran empleo.

4.3.2. Infoempleo

En base a la información descrita en Infoempleo (Infoempleo) este portal es uno de los portales de empleo de referencia en España. El punto de encuentro perfecto entre candidatos y empresas. Ofrece a las empresas toda clase de servicios para facilitar la búsqueda y gestión del talento. Realiza diversos informes y publicaciones sobre el mercado laboral y el ámbito educativo.

Pertenece al Grupo Vocento y cuenta con más de 30 años de experiencia en el ámbito del empleo y la formación. Actualmente, cuenta con más de 6 millones de usuarios registrados y más de 80.000 clientes.

Cuenta con su propio portal de formación, “Avanza en tu Carrera”, que reúne la oferta formativa de 37.000 centros y una completa selección de recursos de orientación y asesoramiento.

El candidato puede inscribirse en una oferta accediendo al detalle de la misma y clicando sobre el botón “inscribirme en esta oferta” que aparece visible siempre a la derecha del título. Una vez que el candidato se ha inscrito en la oferta, la empresa tiene acceso al currículum con los datos de contacto, y si ésta está interesada en él, se pondrá en contacto directamente.

En el apartado “Mis candidaturas”, accediendo a la pestaña “interesados por ti” el candidato podrá ver todos los mensajes que le envíe la empresa.

4.3.3. Monster

En base a la información recogida en el trabajo “Reclutamiento 2.0: Herramientas 2.0 en los procesos de reclutamiento” (Bringas, 2016), el funcionamiento de Monster no difiere mucho del de Infojobs, las empresas publican las ofertas de empleo, cuya presencia y características varían en función del tipo de cuenta que contrate la empresa.

Los candidatos deben registrarse como usuario y adjuntar su currículum para poder inscribirse en las ofertas publicadas. Monster cuenta con un buscador de formación y cursos para todos los que quieran seguir formándose.

En la barra de inicio de este buscador nos encontramos los siguientes elementos:

- Mi espacio personal: una vez que el candidato se registra como usuario, puede acceder a su currículum y carta de presentación, además de poder acceder a la información sobre los perfiles de las empresas que se encuentran en el portal y buscar ofertas de empleo.
- Ofertas de empleo: El portal ofrece una lista de las ofertas de empleo más populares.
- Consejos: El portal proporciona recomendaciones para la búsqueda de empleo, elaboración de currículums y cartas de presentación.

Cuando el candidato ingresa en su perfil puede realizar las siguientes acciones:

- Realizar ajustes en su perfil y currículums.
- Crear carta de presentación.
- Acceder a su historial de búsquedas y solicitudes de empleo.
- Comprobar el número de visitas que ha recibido su perfil.

Como ejemplo de **portales de empleo especializados** tenemos entre otros, los siguientes:

4.3.4. Tecnoempleo

Tomando como referencia la información que recoge su página web (Tecnoempleo), Tecnoempleo es un portal de *recrutiment marketing* especializado en Informática, Telecomunicaciones y Tecnología. Cuenta con 515.224 candidatos y 24.652 empresas que avalan la trayectoria profesional de más de 15 años en el sector de los recursos humanos orientado a las tecnologías de la información y comunicación.

Los candidatos deben darse de alta, con al menos los 4 primeros pasos del currículum completos y haber validado el email. Los primeros 4 pasos del currículum pueden completarse de manera sencilla y en pocos minutos desde el alta de candidato y son: datos personales, formación académica, perfil tecnológico y experiencia laboral.

Las empresas pueden acceder al currículum del candidato y ver sus datos de dos formas posibles:

- Inscripción en oferta: Cada vez que el candidato se vincula a una oferta publicada en el portal, la empresa recibirá el currículum completo, con todos los datos.
- Búsquedas en bases de datos: Las empresas pueden acceder al currículum haciendo búsquedas en la base de datos del portal. Para controlar lo que las empresas pueden ver del currículum del candidato, éste puede modificar el nivel de privacidad.

A través desde el menú privado, el candidato puede hacer un seguimiento del estado y situación de los currículums enviados a las distintas ofertas. Cuando una empresa lee el currículum del candidato, éste recibe un email y además, podrá consultar el estado en el que se encuentra a través de la pestaña “candidaturas”. Si una empresa marca el currículum de un candidato como descartado, tiene la opción de indicar un motivo de descarte que se podrá ver en el seguimiento de las candidaturas.

4.3.5. Turijobs

En base a la información recogida a través de su página web (Turijobs) podemos establecer que es el portal de empleo especializado en turismo y hostelería líder en España, actuando como punto de encuentro entre profesionales del sector. Opera a nivel internacional en Portugal, México y Brasil con más de 1 millón de candidatos.

El candidato, previamente, deberá registrarse rellenando los datos más esenciales. Una vez realizado este paso, se creará el currículum principal que será el que reciban las empresas en el momento en el que el candidato se inscriba a una oferta.

Para inscribirse a una oferta el candidato tendrá que clicar encima del título de la oferta y automáticamente el sistema pedirá el email y contraseña. Una vez dentro de la cuenta, se podrá inscribir en las ofertas que sean de su interés haciendo clic en el botón “inscribirme”.

Todas las ofertas a las que se inscriba el candidato serán guardadas en el espacio “Mis candidaturas”. Podrá consultar el estado de las mismas a partir de los filtros que están situados en la parte izquierda:

- Nuevo: La empresa ha recibido la inscripción a la oferta y aún están por clasificarlas.

- Pendiente: La empresa ha revisado el currículum pero aún no lo ha clasificado como finalista o descartado.
- Finalista: La empresa considera que el currículum del candidato es apto para el puesto ofrecido. En este momento, la empresa se pondrá en contacto con él.
- Descartado: La empresa ha optado por desestimar la candidatura para esa oferta.

Las empresas, podrán visualizar todas las ofertas que tienen en la actualidad y las personas inscritas en cada una de ellas. En las últimas columnas de cada oferta, podrán visualizar el número total de candidatos inscritos, los nuevos, los pendientes, los finalistas y los descartados. Para acceder a los currículums, la empresa deberá seleccionar el número que aparece en la columna “new” de la oferta de empleo. De esta manera, se podrán visualizar las candidaturas nuevas (pendientes de revisión). Finalmente, seleccionando el nombre del candidato se entrará en el currículum completo.

4.3.6. StudentJob

Teniendo en cuenta la información aportada a través de su página web (Studentjob), podemos establecer el nacimiento y expansión de StudentJob. En el año 2000, tres estudiantes holandeses tenían un objetivo común: encontrar un empleo a tiempo parcial. Cuando comenzaron a buscar, se dieron cuenta de que era muy difícil encontrarlo a través de Internet. Para resolver este problema, decidieron crear su propio portal de trabajo online y comenzaron llamándolo *Studentenwerk* (Trabajo de estudiantes). En él, las empresas podían publicar sus ofertas de empleo y los estudiantes podían solicitarlas fácilmente. *Studentenwerk* creció hasta convertirse en *YoungCapital*, una innovadora agencia de recursos humanos que irrumpió entre las empresas holandesas de reclutamiento de personal con más de 16.000 candidatos trabajando a diario. Sin embargo, en lugar de estar satisfechos con esto, decidieron expandirse a nuevos mercados y lanzaron *StudentJob*, un portal online de empleo que opera en nueve países europeos y tiene más de 6 millones de candidatos.

Este portal conecta empresas con candidatos que buscan de forma activa empleo a media jornada, de fin de semana, prácticas, programas para recién graduados, etc.

Una vez que el “candidato/estudiante” se registra, éste puede utilizar activamente todos los servicios que le ofrece el portal, como buscar vacantes, realizar solicitudes online, mantenerse al día sobre los nuevos puestos de trabajo, etc.

Por el otro lado, las empresas pueden publicar sus vacantes inmediatamente una vez iniciada la sesión, haciendo clic en “Nueva oferta de empleo” dentro del recuadro “Ofertas de empleo” en la página de la empresa o en el botón “Colgar vacantes” en la pestaña “Info vacantes”. De esta forma, la vacante será colgada en la web de inmediato.

Siempre que un estudiante/candidato solicite una plaza, la empresa recibirá un email con su currículum. Además, desde el perfil de la compañía se podrán ver todas las solicitudes recibidas, de manera organizada, para que puedan procesarse fácilmente. Con el fin de aumentar la visibilidad de las ofertas de empleo, el portal envía un correo electrónico cada semana a los nuevos estudiantes/candidatos con las nuevas ofertas. También, proporcionan tipos de servicios adicionales que garantizan que se encuentre al candidato ideal.

4.4. Gammificación

A partir de la información consultada en la página web Up (UpSpain) , se explicará de forma detallada en qué consiste la “Gammificación” y como se aplica en los Recursos Humanos.

Se puede definir como el proceso de integración de las mecánicas del juego en las diferentes áreas o procesos comerciales de una empresa, con el propósito de motivar la participación, el compromiso y la lealtad de los usuarios.

A través de juegos de diferente naturaleza y complejidad se alienta a los usuarios a participar en proyectos que proporcionarán información y datos importantes a la empresa y a los diferentes empleados ya que esto estimula su interés y se espera que den todo lo posible en su puesto de trabajo.

La *Gamificación* integra una serie de factores interesantes como la competencia, los puntos, logros, las reglas de juego, el estado y la autoexpresión del individuo para alentar acciones y obtener *feedback*. Además, fomenta la participación e interacción entre los usuarios, estableciendo así relaciones más fuertes.

A día de hoy, el departamento de Recursos Humanos es reconocido como un pilar básico en la buena gestión de la empresa. La tarea principal de un responsable de RRHH es crear procedimientos y planes relacionados con el capital humano, para optimizar su contribución al logro de los objetivos de la organización. Una vez reconocidos los diferentes objetivos de los departamentos de Recursos Humanos, es fácil detectar en qué funciones se puede aplicar la *Gamificación*.

Se puede establecer que la *Gamificación* en los Recursos Humanos consiste en la aplicación de mecánicas de juegos en las relaciones entre la empresa y sus empleados. El objetivo es cambiar comportamientos, motivar, e intentar alinear el objetivo con la misión y los valores de la empresa. Las compañías están aplicando la *gamificación* en áreas de trabajo con mucha importancia siendo una parte fundamental en la toma final de decisiones.

Al transformar el proceso de reclutamiento en una experiencia basada en la *gamificación* la adquisición de talento mejora. Usando aplicaciones que despierten la curiosidad y fomenten retos a los usuarios, es posible identificar al candidato ideal. Estos “juegos” premian con reconocimientos o beneficios tangibles al completar cada paso o etapa. De esta forma, no solo atrae a candidatos más calificados desde el principio, sino que también mejora la eficiencia del proceso de reclutamiento.

La *gamificación* en la gestión del talento no solo está dirigida a nuevos candidatos. Los empleados pueden formar parte del “juego” para motivarse a sí mismos para posicionarse y competir por la supremacía, generando así una visibilidad muy positiva.

La *gamificación* implantada en los diferentes departamentos de una organización es un factor clave diferenciador, pero aplicarla en el departamento de RRHH puede ser la motivación necesaria para una empresa, ya que sirve de ayuda para captar nuevos empleados y motivar a los que ya forman parte de la plantilla para que éstos rindan al máximo.

Como explica Noemí Rojas Bonachera en el artículo “La gamificación y su increíble aplicación en la gestión del talento” (Bonachera, 2018) se dice que la aplicación de la misma se emplea en los procesos de selección. Los candidatos que optan a un puesto de trabajo participan en un juego y, a medida que se superan los

desafíos, se avanza en el proceso de selección. Los seleccionadores aumentan el estudio del currículum con otros procedimientos que les permiten obtener más información sobre los candidatos.

El uso de la *gamificación* permite representar situaciones reales a las que el candidato deberá enfrentarse. Todas las actuaciones que el candidato lleva a cabo durante el desarrollo del juego quedan registradas para ser examinadas por los seleccionadores. De la misma forma, les ayuda a indagar en qué ámbito de la empresa podría encajar y destacar mejor cada persona.

Se pueden diferenciar diferentes tipos de juegos, como se recoge en el artículo “Canales de reclutamiento” (Sergio, Tutores de Formación, 2020):

- **Juegos por puntos:** Los usuarios del juego, ganan puntos cuando avanzan o alcanzan sus objetivos. El mantenimiento o consecución de puntos para conseguir acceder a nuevos contenidos hace que aumente la motivación por parte de los usuarios del juego.
- **Juego por clasificación:** Competición entre los jugadores por aparecer en un ranking. El diseñador proporcionará a los usuarios comparaciones de los resultados alcanzados por los diferentes jugadores, lo que incita a que cada uno de ellos quiera estar en lo más alto de las clasificaciones.
- **Juego por retos:** El diseñador brinda al jugador la posibilidad de ir alcanzando pequeños desafíos para que éste se vaya esforzando poco a poco. Primero deben exponerse las reglas del juego y establecer claramente cómo se desarrollará la dinámica.
- **Juego por niveles:** Se trata de que los usuarios vayan alcanzando y superando niveles de forma gradual, comenzando por pasillos sencillos que se volverán cada vez más complicados a medida que se avanza en el juego.

Al utilizar técnicas de *gamificación* en entornos de trabajo, éstas pueden ayudar a aumentar la productividad y felicidad de los empleados; por lo tanto, en el reclutamiento y selección, ésta puede ser una herramienta muy útil para atraer y captar nuevo talento, poniendo a prueba las habilidades y conocimientos de los posibles candidatos para obtener información valiosa.

5. BÚSQUEDA DE EMPLEO (CANDIDATO-RECLUTADOR).

5.1. Concepto de e-recruitment.

Tomando como referencia la información descrita en economía simple.net (García, 2018) , el concepto de *e-recruitment* hace referencia a la selección y contratación de personal a través de Internet. Este término también es conocido como “*Internet recruiting*” u “*online recruitment*”. La constante expansión es debido a la capacidad para captar y retener talentos, además de la reducción de costes y rapidez que supone este proceso.

La aparición de la tecnología ha supuesto un cambio importante en las empresas a la hora de realizar la búsqueda de candidatos. Mantienen una actitud activa para atraer el talento y estos nuevos canales se imponen a otros métodos más clásicos como pueden ser los anuncios en la prensa.

En este sentido, el *e-recruitment* aporta a las organizaciones una serie de ventajas sobre la selección de personal tradicional:

- **Alcance:** La no existencia de límites geográficos en internet permite llegar a muchos más profesionales.
- **Profundidad:** Favorece un mayor conocimiento del candidato. El tradicional envío del currículum ofrecía la información que el aspirante quería, mientras que en este caso, sus perfiles sociales van a permitir que los reclutadores obtengan una imagen más completa del profesional.
- **Rapidez:** La inmediatez informativa del entorno digital permite a las empresas acceder a un gran número de candidatos y administrar rápidamente los datos en un corto período de tiempo, reduciendo así el tiempo para el proceso de selección.
- **Análisis:** La gran cantidad de información registrada se convierte en una valiosa fuente de conocimiento para optimizar los procesos de selección y aprovechar el talento.
- **Ahorro:** Los administradores de Recursos Humanos pueden llegar a los aspirantes de forma gratuita a través de LinkedIn, Twitter o Infojobs, aportando un gran ahorro para las organizaciones.

- **Personalización:** Los departamentos de Recursos Humanos pueden seleccionar en qué canales van a lanzar y difundir sus ofertas de trabajo teniendo en cuenta sus necesidades. De esta manera, pueden realizar una búsqueda exhaustiva a través de anuncios publicados en Facebook o en LinkedIn.

5.2. APPS empleadas para la búsqueda de empleo.

Las APPS han transformado la búsqueda de empleo y brindan mayores oportunidades para los candidatos y las empresas que apenas recurren a las formas de contratación tradicionales.

A continuación, se detallan una serie de aplicaciones para la búsqueda de empleo:

- **Infojobs** (se puede acceder a su página a través de este link <https://www.infojobs.net>): En base a la información proporcionada por el portal “El cajón de la orientación” (El cajón de la orientación, 2016), se establece que este popular portal de empleo lanzó en el año 2011 su *app* para IOS y un año después para Android. La aplicación permite al usuario crear su perfil de candidato, editarlo, registrarse en múltiples ofertas de trabajo.... Esto puede realizarse a través de la web, pero con la inmediatez que brindan los dispositivos móviles.

La *app* permite buscar ofertas de trabajo mediante la aplicación de filtros de categoría y nivel profesional, de modo que una vez que aparecen todas las ofertas que cumplen los criterios seleccionados, el usuario puede registrarse en las que son de su interés y responder a las cuestiones planteadas por las empresas.

- **Nubelo** (se puede acceder a su página a través de este link <https://www.freelancer.es/nubelo>): A través de la información proporcionada por el artículo recogido en el Mundo (Munera, 2016), Núbelo se trata de una aplicación que toma como referencia a Tinder. Envía sugerencias de las ofertas que son más adecuadas para los usuarios y éstos

pueden, tan sólo deslizando las ofertas a la derecha o izquierda, aceptar o rechazar una entrevista con la propia empresa.

- **Jobandtalent** (se puede acceder a su página a través de este link <https://www.jobandtalent.com/es>): Recopilando la información aportada por el artículo recogido en el Mundo (Munera, 2016), en Jobandtalent los usuarios pueden crear su perfil en unos minutos y, a partir de ese momento, comienzan a recibir ofertas de trabajo apropiadas a su perfil profesional. El candidato recibe un aviso en su dispositivo móvil y puede elegir entre inscribirse o descartar la oferta. Los candidatos también pueden chatear con las empresas que sean de su interés para aclarar dudas y formalizar una entrevista.
- **Jobtoday** (se puede acceder a su página a través de este link <https://jobtoday.com/es>): En base a la información proporcionada por el Mundo (Munera, 2016), Jobtoday se centra fundamentalmente en el sector servicios. Permite conocer, casi de inmediato, los detalles de una oferta de empleo y delimitar la búsqueda a un área geográfica determinada. Además, facilita al usuario la posibilidad de contactar con la empresa que sea de su interés a través de un servicio de chat.
- **LinkedIn** (se puede acceder a su página a través de este link <https://www.linkedin.com>): Teniendo en cuenta la información aportada por el Mundo (Munera, 2016), LinkedIn permite subir a la red el CV y contactar con aquellas empresas que sean más atractivas e interesantes para el usuario. Del mismo modo, esta aplicación busca trabajos por cargo, ubicación o palabras clave de una forma simple, recomendando trabajos basados en las búsquedas guardadas, las ofertas que se han sido consultadas o el perfil del candidato.
- **Jobeeper** (se puede acceder a su página a través de este link <http://www.jobeeper.com/>): Según la información proporcionada por Loogic (Miguel, 2013), esta aplicación proporciona un catálogo de ofertas de empleo del portal Indeed y su modelo de negocio implica rentabilizar el

tráfico que genera. Además, envía al usuario ofertas de empleo que se muestran en función al perfil y configuración del usuario.

- **CornerJob** (se puede acceder a su página a través de este link <https://www.cornerjob.com/es>): En base a la información que aparece en elPeriodico (Gracia, 2019), podemos establecer que esta aplicación permite que los aspirantes a un empleo puedan inscribirse en una vacante en menos de un minuto y acceder rápidamente a miles de ofertas de trabajo.
- **Zeebe Jobs** (se puede acceder a su página a través de este link <https://docs.zeebe.io/basics/job-workers.html>): Tomando como referencia la información recogida en Appicantes (Ford, 2016), podemos establecer que Zeebe Jobs es una *app* en la cual los demandantes de empleo se pueden dar de alta de manera rápida y sencilla, definiendo sus competencias profesionales. Solo en el caso en el que los reclutadores estén interesados en un perfil, podrán acceder a sus datos de contacto. Además, existe la posibilidad de tener un perfil oculto y apuntarse de manera manual a las ofertas que suscitan interés.
- **Indeed** (puede acceder a su página a través de este link <https://www.indeed.es/>): En base a la información proporcionada por el artículo “APPs para la búsqueda de empleo” (Empleo, 2014-2020), se establece que esta *app* permite descubrir empleos que fueron publicados desde la última búsqueda realizada para poder ser el primero en solicitarlo, buscando por título de empleo, empresa, ubicación, proyectos o prácticas profesionales.

Con el surgimiento de nuevas tecnologías e innovaciones, hemos descubierto que existen departamentos que se han adaptado a las nuevas tendencias de reclutamiento y selección de talento, utilizando la red, herramientas y aplicaciones para obtener el mejor talento para su compañía.

A continuación, se presentan distintas *apps* para reclutar, seleccionar y retener talento:

- **Webex** (se puede acceder a su página a través de este link <https://www.webex.com/es/index.html>): En base a la información proporcionada por el blog Citius (Ribas, 2018), Webex es una buena opción para desarrollar entrevistas o reuniones online en caso de que uno de los integrantes no pueda asistir de forma presencial. Webex sería la versión profesional de Skype. Además, este consta de imagen en alta definición y una duración ilimitada, brindando la oportunidad de mantener una conversación entre varias personas.
- **Wade & Wendy** (se puede acceder a su página a través de este link <https://wadeandwendy.ai/>): En base a la información proporcionada por el blog Citius (Ribas, 2018) se establece que esta aplicación basada en la Inteligencia Artificial, es la responsable de seleccionar a los candidatos más adecuados para la empresa. Además, los empleados que ya forman parte de la empresa pueden estar al tanto de las oportunidades de trabajo que ofrece la empresa, de modo que puedan optar a nuevos desafíos y oportunidades profesionales.
- **Jobbsy Talent** (se puede acceder a su página a través de este link <http://jobssy.com/blog/page/2/>) : Según la información proporcionada por Loogic (Miguel, 2013), Jobbsy Talent se trata de una herramienta útil para los reclutadores. A través de una búsqueda simple, da como resultado los perfiles de redes sociales que más se ajustan a la búsqueda, incluso interpretando sinónimos y traducciones de términos del español al inglés. Ofrece los resultados indicando la red social o portal web donde se ha adquirido la información pública del candidato, permitiendo ver esa información de forma directa, tal y como se muestra en la red social o web, permitiendo contactar de forma directa con el candidato desde la propia aplicación.

- **Zeebe Jobs** (se puede acceder a su página a través de este link <https://docs.zeebe.io/basics/job-workers.html>): Tomando como referencia la información recogida en *Applicants* (Ford, 2016), se llega a la conclusión de que a través de esta aplicación, los reclutadores pueden encontrar el talento requerido visualizando los perfiles por relevancia según la oferta de trabajo, lo que permite el ahorro de tiempo y optimizar el proceso de selección. Los reclutadores tienen la oportunidad de publicar ofertas de forma inmediata o incluir vídeos para proporcionar un toque más personal y de esta manera, proporcionar información más detallada sobre un puesto de trabajo. También pueden invitar a otros compañeros o jefes a participar en el proceso de selección a través de la función de reclutamiento colaborativo, con el propósito de evitar la realización de tareas por duplicado y descoordinadas.

- **Infojobs Empresas** (puede acceder a su página a través de este link <https://www.infojobs.net/employer-login.xhtml>): En base a la información proporcionada por *RHPress* (Zona Tech, 2018) se establece que esta aplicación se sincroniza con la web de Infojobs facilitando a los reclutadores encontrar al candidato ideal de forma más simple y rápida desde sus teléfonos móviles. Los reclutadores pueden consultar los candidatos inscritos en sus ofertas de empleo en tiempo real, leer y administrar sus currículums en cualquier momento y llamar directamente a los candidatos seleccionados a través de un clic.

- **Spark Hire** (puede acceder a su página a través de este link <https://www.sparkhire.com/>): En base a la información proporcionada por el blog *Citius* (Ribas, 2018), extraemos que esta *app* permite a las personas que buscan trabajo grabar vídeos y que los responsables de recursos humanos puedan verlos y clasificarlos en cualquier momento del día desde sus dispositivos móviles. Además, también permite realizar entrevistas de trabajo.

5.3. Análisis Cuantitativo

5.3.1. Introducción

A continuación se muestran los resultados más destacados de los cuestionarios que se llevaron a cabo durante los meses de junio y julio del 2020 para conocer de qué manera influyen las redes sociales y las *apps* de búsqueda de empleo en el reclutamiento y selección de personal.

El primer cuestionario (Ver ANEXO nº 1) va dirigido a todas aquellas personas que, trabajan o están en búsqueda de empleo activa, para conocer cómo éstos, utilizan las redes sociales y *apps* de empleo a la hora de mostrarse a los responsables de recursos humanos, de qué manera permiten contactar con los mismos, qué efectividad tienen y a qué medios acuden para encontrar ofertas ajustadas a sus perfiles.

El segundo cuestionario (Ver ANEXO nº 3) va dirigido a todos aquellos profesionales del mundo de los Recursos Humanos, con la finalidad de conocer cómo utilizan las redes sociales a la hora de realizar el reclutamiento y la selección de personal, qué herramientas son las más utilizadas, de qué manera influyen las nuevas tecnologías en el proceso de reclutamiento y en la influencia que pueden tener las mismas a la hora de realizar una selección de candidatos.

Los cuestionarios han sido realizados tomando como base el Informe Infoempleo Adecco (Adecco Group, 2018) y distribuidos mediante la utilización de redes sociales, grupos específicos de profesionales y estudiantes de Recursos Humanos, Whatsapp y redes profesionales. Ambos han sido desarrollados de forma online.

El primer cuestionario ha sido completado por un total de 105 personas, teniendo una gran acogida por parte del público, mientras que el segundo cuestionario (más enfocado a los profesionales del ámbito de los Recursos Humanos) ha tenido un total de 30 respuestas.

A continuación, se exponen los datos de mayor relevancia que han sido extraídos de la realización del primer cuestionario:

5.3.2. Resultados primer cuestionario¹

Experiencia

El 87,6% de los candidatos que han realizado la encuesta tiene al menos una cuenta en redes sociales, mientras que el 12,4% no poseen ninguna cuenta en redes sociales, siendo algunos de los motivos el no saber cómo manejarlas o el interés por enfocarse más en la comunicación.

Las redes sociales o comunidades online donde existe mayor presencia de usuarios son Facebook, Instagram, LinkedIn e Infojobs.

El móvil es el dispositivo que más se utiliza por parte de los usuarios a la hora de acceder a sus redes sociales y *apps* de búsqueda de empleo (78,1%).

Las empresas en la red

Lo que más atrae la atención de los usuarios en los perfiles de las empresas en las redes sociales son la publicación de ofertas de empleo (72,3%), la popularidad de la compañía (66,7%), la información general de la empresa (62,9%) y el contenido publicado por la empresa (61%).

El 78,1% de los candidatos encuestados siguen a alguna empresa desde sus cuentas en redes sociales. Una de las razones principales se debe a la publicación de contenido que les parece interesante (72%).

Búsqueda de empleo

El 48,6% de los candidatos encuestados establecen que los fines principales que les lleva a utilizar las diferentes redes sociales son el buscar empleo y el ocio personal. El 34,3% establece que sólo las utiliza para ocio personal, mientras que el 12,4% las utiliza para buscar información y alguna oportunidad profesional.

La primera opción a la que acuden los candidatos cuando están buscando de forma activa empleo son los portales de empleo, consultados por el 52,4% de los

¹ Nota: La suma de los porcentajes es mayor que 100, ya que cada encuestado/a ha podido elegir varias opciones en alguna de las preguntas formuladas.

encuestados. La segunda opción se corresponde con las apps de búsqueda de empleo, con un 42,9%, y por último, el SEPE con un 20%.

El número de solicitantes de empleo que han enviado su CV a una oferta de empleo que han conocido a través de las redes sociales es de un 71,4%.

El 51,4% de los profesionales que poseen alguna cuenta/s en redes sociales ha sido contactado por este medio en relación a una oferta de trabajo al menos en una ocasión.

El 40,3% de los usuarios que han sido contactados a través de las redes sociales en relación a una oferta de trabajo no consiguió el trabajo.

Muchos de los candidatos han podido evaluar la idoneidad de las redes sociales como canales de búsqueda de empleo, de los cuales los más valorados son Infojobs y LinkedIn.

El 63,8% de los candidatos saben que todo aquello que publiquen en las redes sociales puede ser evaluado por los reclutadores. El 59% de los encuestados han cambiado la privacidad de sus redes sociales por motivos profesionales, haciéndolas más privadas.

El 60% de los candidatos encuestados notifica a través de su redes sociales o portales de empleo que están buscando empleo, pero lo hacen solo en algunas redes sociales/portales de empleo como LinkedIn o Facebook.

El 70,5% de los encuestados consideran que las empresas utilizan las redes sociales y *apps* de empleo para reclutar talento.

Entre los motivos más importantes de índole profesional para los candidatos encuestados a la hora de unirse a redes sociales y *apps* de empleo son la de “mostrar/enviar CV” con un 45,7% seguido de “conocer las últimas novedades en mi ámbito profesional” con un 32,4%.

Como conclusión a estos resultados obtenidos, podemos establecer que la mayor parte de los candidatos que han sido encuestados tiene cuenta en redes sociales lo que les permite tener mayor visibilidad a la hora de mostrarse al mundo laboral. El medio

más utilizado es el móvil, ya que permite inmediatez a la hora de poder inscribirse a una oferta o consultar vacantes disponibles desde cualquier parte.

Los candidatos encuestados manifiestan que lo que más le atrae de una empresa son las ofertas de trabajo que publican, por lo que la gran parte de los mismos siguen a alguna de las empresas desde sus perfiles de redes sociales, de esta manera es más sencillo poder conocer en un menor número de tiempo las oportunidades laborales que ofrecen y mantener contacto con las mismas. Este hecho permite que muchos candidatos se diferencien de la competencia.

Los portales de empleo siguen siendo la primera opción para la mayoría de los encuestados, seguida de las *apps* de empleo (lo que nos manifiesta un cambio de concepción debido a la gran acogida que tiene la tecnología en todos los ámbitos cotidianos).

La mayor parte de los encuestados manifiesta que han enviado su CV a través de las redes sociales, casi la mitad de los mismos no han conseguido el trabajo, por lo que se llega a la conclusión de que las redes sociales no son el mejor canal para encontrar empleo, en cambio portales como Infojobs o LinkedIn triunfan entre los encuestados como idóneos para la búsqueda de oportunidades laborales.

Un amplio porcentaje de los candidatos que han realizado la encuesta, consideran que las empresas utilizan las redes sociales y *apps* de empleo para reclutar talento, por lo que muchos de ellos han cambiado la privacidad de sus perfiles y tienen mayor cuidado a la hora de publicar contenido, ya que saben que podrían estar siendo evaluados por algún reclutador.

5.3.3. Resultados segundo cuestionario²

Se expondrán, a continuación, los datos de mayor relevancia que han sido extraídos una vez realizado el segundo cuestionario:

RECURSOS HUMANOS

La gran parte de los profesionales de Recursos Humanos han incorporado las redes sociales y otros medios 3.0 como herramientas de trabajo diario. Son utilizados para ampliar la información que conocen de los candidatos preseleccionados, y sirven como un canal de comunicación directa con los mismos, sin olvidarnos de la inmediatez que nos proporcionan las *apps* para poder seleccionar talento de forma sencilla y rápida.

RRHH, REDES SOCIALES Y APPS: PUNTOS CLAVE

Experiencia

Teniendo en cuenta el número de usuarios, la red que presenta un mayor número de reclutadores registrados es LinkedIn, seguida de Facebook e Instagram.

Las redes en las que los profesionales muestran mayor actividad son LinkedIn y Facebook.

Todas las empresas (personal que desarrolla funciones de reclutamiento y selección) que han sido encuestadas tienen algún tipo de presencia en redes sociales.

LinkedIn es la red social que cuenta con mayor presencia de empresas. El 90,5% de las compañías encuestadas tiene cuenta corporativa en ella.

El móvil es el dispositivo que más eligen los reclutadores para consultar las redes sociales (68,2%).

Reclutamiento en Redes sociales

Cuando los profesionales de Recursos Humanos quieren reclutar nuevos empleados, el portal de empleo sigue siendo la herramienta más utilizada por éstos. De

² Nota: La suma de los porcentajes es mayor que 100, ya que cada encuestado/a ha podido elegir varias opciones en alguna de las preguntas formuladas.

hecho, es el canal al que recurren siempre o casi siempre el 95,5% de los seleccionadores.

El 18,2% de los profesionales de RRHH no está satisfecho con los perfiles de los candidatos que encuentra a través de las redes sociales.

El 54,5% de los reclutadores cree que el uso de las redes sociales profesionales por parte de los candidatos no es lo suficientemente profesional. Además, también se quejan de que los candidatos no se muestran de forma adecuada (22,7%), que no encuentran a los candidatos que se necesitan y que necesitan mucho tiempo encontrar talento (9,1%).

El 72,7% de los reclutadores encuestados están satisfechos con los perfiles de los candidatos encontrados a través de las redes sociales. El 77,3% de los mismos, están satisfechos con los candidatos encontrados a través de las *apps* para la búsqueda de empleo.

Los profesionales más buscados a través de las RRSS son empleados (59,1%) seguido de puestos técnicos (27,3%).

Reputación online

El 54,5% de las empresas verifican las redes sociales de los candidatos preseleccionados antes de tomar una decisión de contratación.

El 45,5% de los profesionales de RRHH encuestados ha reconsiderado la decisión de contratación después de realizar consultas de los perfiles en redes de algún candidato preseleccionado; el 27,3% ha rechazado al candidato debido a su actividad en redes sociales.

Como conclusión general a los resultados extraídos en este segundo cuestionario, podemos establecer que LinkedIn es la red que mayor número de reclutadores presenta teniendo una gran actividad en ella. Todas las empresas que desarrollan funciones de reclutamiento y selección de personal tienen presencia en alguna red social, lo que permite una mayor interacción con posibles candidatos además de publicar ofertas de forma inmediata y tener mayor difusión para poder llegar a un mayor número de personas.

El portal de empleo es la herramienta más utilizada por los reclutadores (igual que pasaba con los candidatos) por lo que se convierte en el instrumento más apropiado tanto para seleccionar como para encontrar empleo.

A pesar de que los candidatos potenciales se mostraban preocupados con sus perfiles personales en redes sociales y los enfocaban a cuestiones laborales, los reclutadores consideran que no les dan un uso apropiado, ya que no se muestran de forma adecuada, siendo un impedimento para encontrar al candidato ideal. A pesar de ello, los reclutadores se muestran satisfechos con candidatos que han sido reclutados a partir de las redes sociales y *apps* para la búsqueda de empleo, por lo que podemos extraer que son un buen medio para reclutar.

Un dato a tener en cuenta que se manifiesta en los resultados, es que los profesionales de RRHH que han sido encuestados han reconsiderado la decisión de contratar un candidato después de observar sus perfiles en las redes sociales, algunos de ellos siendo rechazados, por lo que es muy importante mantener un perfil enfocado al trabajo o asegurarse de la visibilidad que tiene el mismo, porque puede convertirse en un contra a la hora de optar a un puesto de trabajo.

6. CONCLUSIONES

La conclusión principal extraída de todo lo que he desarrollado con anterioridad es la importancia del capital humano en las empresas, siendo el que aporta un valor añadido a las mismas y consigue diferenciarlas de sus competidoras. El cambio de mentalidad de los empleados y la aparición de las tecnologías 2.0 y 3.0 hace que nazca una nueva concepción del departamento de recursos humanos.

El cambio en el concepto de capital humano ha afectado a la forma en la que las empresas se encargan de atraer y retener talento, por lo que el reclutamiento adquiere máxima importancia en el departamento de Recursos Humanos. Surgen nuevos métodos de reclutamiento que, si no consiguen reemplazar a las tradicionales, se convierten en el complemento perfecto de las mismas. Permiten conversar con los candidatos, interactuar con ellos, conocer sus gustos, ideas, tener un contacto más directo e informal, a la vez que permiten al candidato conocer las oportunidades de empleo que existen de forma rápida e inmediata, pudiendo inscribirse en ofertas con sencillos pasos a través de las aplicaciones existentes.

Una mejor comprensión de los posibles empleados permite a los reclutadores tener una idea más clara del valor que pueden aportar a la compañía además de proporcionar una aproximación de cómo será su adaptación e integración en la misma.

Así mismo, con las nuevas herramientas de reclutamiento que van surgiendo, la empresa tiene que ser consciente de que es necesario llevar a cabo una estrategia para atraer y retener talento. Es necesario que las corporaciones creen una imagen de marca con el objetivo de construir una buena reputación como empleadora, enfatizando a través de los medios las ventajas que puede aportar al candidato, además de aprovechar a los actuales empleados, ya que a través de los mismos pueden compartir experiencias y vivencias y utilizarse como un canal de reclutamiento, ya que éstos, a través de sus redes personales pueden compartir las ofertas de empleo publicadas por la empresa, además de interactuar con la misma y con futuros empleados.

Las nuevas formas de reclutar hacen que los “*recruiters*” estén continuamente activos en redes sociales y todas aquellas plataformas existentes a las que los candidatos pueden acceder con un solo click en su teléfono móvil. No deben buscar talento solo cuando necesitan cubrir un puesto de trabajo, sino que deben ser parte de las redes

sociales, observar, participar y conversar con las personas que integran esas redes, de manera que puedan conocer sus habilidades, motivaciones, gustos e intereses.

De la misma forma que las organizaciones y los reclutadores procuran crear una reputación digital y una imagen, los candidatos deben desarrollar una estrategia para crear un perfil atractivo para las empresas y sobresalir sobre sus competidores. Como hemos visto anteriormente, las empresas prestan especial valor a los candidatos activos, que muestren sus gustos, motivaciones, habilidades, por lo que es muy importante cuidar la imagen en redes.

Cada una de las herramientas 2.0 y 3.0 analizadas nos hacen ver que cada una de ellas está dirigida al reclutamiento social. Las webs corporativas tratan de acercarse a los candidatos a través de diferentes tipos de contenido, con el objetivo de comunicarse e interactuar con los mismos. Los portales de empleo son cada vez más similares a las redes sociales, en los cuales se pueden establecer redes de contactos para crear y compartir contenidos. Las redes sociales se han convertido en una plataforma de referencia para candidatos y organizaciones ya que a través de ellas interactúan, además de ser un medio para verificar la autenticidad de los CV, por lo que es muy importante que los candidatos potenciales cuiden las formas en las que realizan comentarios o comparten publicaciones, ya que pueden tener consecuencias en el desarrollo de su carrera profesional.

Destacar la importancia que está cobrando el reclutamiento móvil ya que está siendo implementado por muchas empresas en sus procesos de selección. Las organizaciones son cada vez más conscientes de que las personas pasan mucho tiempo mirando los dispositivos móviles, por lo que el reclutamiento móvil ha comenzado a convertirse en un complemento importante de las estrategias actuales de reclutamiento y selección de personal tradicionales.

La inversión basada en el perfil de la empresa y el desarrollo de buenas estrategias de reclutamiento y selección son cruciales para determinar su posición en el mercado y distinguirla de sus competidores.

7. BIBLIOGRAFÍA

(s.f.). Obtenido de Gestión del talento: "recuperad de" <https://gestiondeltalentoutn.blogspot.com/p/atraccion-de-talento.html>

Adecco Group. (2018). *Informe Infoempleo Adecco*.

Bazán, V. (2019). E-recruitment en España: Evolución y uso de las TIC para atraer candidatos. *Acciones e Investigaciones Sociales*. issn: 1132-192X, Núm. 39 (2019). Págs. 201 a 222 , 201-222.

Bonachera, N. R. (29 de 8 de 2018). *Revistadigital*. Recuperado el 2020, de Revistadigital: <https://revistadigital.inesem.es/gestion-empresarial/la-gamificacion-en-la-gestion-del-talento/>

Bringas, C. S. (26 de Agosto de 2016). Reclutamiento 2.0: Herramientas 2.0 en los procesos de. Cantabria, España.

Delgado, J. J. (2015/2016). Nuevas tendencias en reclutamiento y selección de personal. España.

Digital, A. (Agosto de 2017). *Portales de empleo ¿qué son y qué utilidades proporcionan?* Recuperado el 2020, de Portales de empleo ¿qué son y qué utilidades proporcionan?: <https://acdesdigital.org/portales-de-empleo-que-son-que-proporcionan/>

El cajón de la orientación. (27 de 6 de 2016). *El cajón de la orientación*. Recuperado el 2020, de <http://www.elcajondelaorientacion.com/2016/06/estas-apps-te-ayudan-buscar-empleo-y-no.html>

Empleo, S. A. (2014-2020). APPs para la búsqueda de empleo. Aljaraque, España.

Ford, J. (2 de 3 de 2016). *APPLICANTES*. Recuperado el 2020, de <https://applicantes.com/zeebe-jobs-app-reclutadores-candidatos/>

Galeano, S. (3 de Febrero de 2020). *M4rketiing Ecommerce*. Recuperado el Junio de 2020, de <https://marketing4ecommerce.net/cuales-redes-sociales-con-mas-usuarios-mundo-2019-top/>

García, I. (8 de 1 de 2018). *economíasimple.net*. Recuperado el 2020, de <https://www.economiasimple.net/glosario/e-recruiting>

gbs RECURSOS HUMANOS. (s.f.). *Evolución del reclutamiento: del 1.0 al 4.0* . Recuperado el 2020, de <https://www.gbsrecursoshumanos.com/blog/evolucion-del-reclutamiento/>

Gracia, M. (22 de 1 de 2019). *elPeriodico*. Recuperado el 2020, de <https://byzness.elperiodico.com/es/tu-empleo/20190122/buscar-trabajo-internet-mejores-apps-7258861>

Infoempleo. (s.f.). *Infoempleo*. Recuperado el 2020, de Infoempleo: <https://www.infoempleo.com/acercade/>

LLANOS RETE, J. (2005). *Integración de Recursos Humanos*. Editorial Trillas.

López, S. L.-G. (2015). *Percepciones de la tecnología en el profesional de Recursos Humanos*. Ciudad Real.

Los beneficios de reclutar en las redes sociales. Pros y contras. (s.f.). Recuperado el 2020, de cdn2.hubspot.net

Luis Humberto Hernández Díaz, D. M. (2014). Reclutamiento y selección a través de las redes sociales. *Revista OIKOS*, N° 38 , 37-61.

Martin, L. A. (2017). *Nuevas tendencias en gestión del talento: Reclutamiento y selección 2.0*. Palencia.

Miguel, I. d. (2 de 7 de 2013). *Loogic*. Recuperado el 2020, de Apps de empleo para el reclutador y para el candidato: <https://loogic.com/apps-empleo-reclutador-candidato/>

Munera, I. (10 de 02 de 2016). Estas aplicaciones te ayudan a buscar empleo... y no te timan. *El Mundo* , pág. 1.

Patricia Eugenia García Castro, M. L. (2016). Procesos de reclutamiento y las redes sociales. *Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo* , 17.

Ribas, E. (6 de 4 de 2018). *Citius Smart School*. Recuperado el 2020, de Citius Smart School: <https://www.citiuschool.com/blog/apps-captar-seleccionar-retener-talento-reclutamiento-seleccion/>

Rodríguez, C. G. (2016-2017). *Reclutamiento y selección a través de redes sociales y plataformas digitales*. Sevilla.

Rodríguez, C. G. (29 de mayo de 2017). Reclutamiento y selección a través de redes sociales y plataformas digitales. Sevilla.

Sergio. (4 de enero de 2020). *Tutores de Formación*. 14 de marzo 2020, de "recuperado de <https://cursosmultimedia.es/tutoresformacion/canales-de-reclutamiento/>

Sergio. (24 de enero de 2020). *Tutores de Formación*. Recuperado el 14 de marzo 2020, de <https://cursosmultimedia.es/tutoresformacion/canales-de-reclutamiento/>

Studentjob. (s.f.). *StudentJob*. Recuperado el 15 de abril de 2020, de <https://www.studentjob.es/acerca-de-studentjob>

Susana Díaz Iglesias, A. P. (2017). Nuevas formas de búsqueda de empleo en redes sociales. *REVISTA DE ESTUDIOS DE JUVENTUD* ≥ diciembre 17 | n° 118 , 33-48.

Tecnoempleo. (s.f.). *Tecnoempleo*. Recuperado el 22 de abril de 2020, de <https://www.tecnoempleo.com/corporativo/portales-de-empleo.php>

Turijobs. (s.f.). *Turijobs: El portal de empleo y formación en Turismo y Hostelería*. Recuperado el 3 de mayo de 2020, de <https://www.turijobs.com/sitecorporativo/turijobs#sobre>

UpSpain. (s.f.). *Up Spain*. Recuperado el 2020, de ¿Qué es la gamificación y cómo aplicarla en RRHH?: <https://www.up-spain.com/blog/que-es-gamificacion-aplicarla-rrhh/>

Yuste, B. (2020). Las nuevas formas de consumir información de los jóvenes. 13.

Zona Tech. (1 de febrero de 2018). *RHPress.com*. Recuperado el 15 de mayo de 2020, de RHPress.com: <https://www.rrhhpress.com/zona-tech/41202-infojobs-lanza-una-app-para-empresas-que-facilita-el-trabajo-de-los-reclutadores>

8. ANEXOS

8.1. ANEXO 1: Preguntas correspondientes al primer cuestionario dirigido a trabajadores y personas en búsqueda activa de empleo.

Situación Laboral

- ☐ Empleado/a
- ☐ Desempleado/a
- ☐ Autónomo/a

*SOLO SI TRABAJAS: Categoría Profesional

- ☐ Directivo/a
- ☐ Mando intermedio/a
- ☐ Empleado/a

Provincia *

¿Tienes cuenta en alguna red social/APP de empleo?

- ☐ Sí
- ☐ No

Si la respuesta anterior es no, ¿Por qué razón no estás presente en redes sociales/APPs de empleo?

- ☐ Me gusta mantener mi privacidad
- ☐ No despiertan mi interés
- ☐ Quiero enfocarme más en la comunicación real / "directa"
- ☐ No sé cómo utilizar las redes sociales
- ☐ Otros

¿Con qué fines utilizas las distintas redes sociales? *

- ☐ Para búsqueda de empleo.
- ☐ Ocio personal (chatear, ver fotos, subir fotos...etc)
- ☐ Ambas
- ☐ Otro: _____

¿De cuáles de las siguientes redes sociales o comunidades online eres usuario ? *

- ☐ Facebook
- ☐ Instagram
- ☐ Twitter
- ☐ Linkedin
- ☐ Infojobs
- ☐ Google +

¿Cuánto tiempo hace que utilizas las redes sociales/ APPs de empleo? *

- ☐ Más de 5 años
- ☐ Entre 3 y 5 años
- ☐ Entre 1 y 3 años
- ☐ Menos de 1 año

¿Con qué frecuencia accedes a las redes sociales/APPs de empleo? *

- ☐ A diario
- ☐ Varias veces por semana
- ☐ Al menos 1 vez al mes
- ☐ Con menor frecuencia

¿Desde dónde sueles acceder a las redes sociales/ APPs de empleo? *

- ☐ Desde el teléfono móvil
- ☐ Desde el ordenador de casa
- ☐ Desde una tableta
- ☐ Otro: _____

Atención en el perfil de una empresa

¿Qué atrae tu atención en el perfil de una empresa en la red/ app de empleo? Puntúalo del 1 al 5, siendo el 1 el valor más bajo y el 5 el valor más alto.

Publicación de ofertas de empleo. *

	1	2	3	4	5	
Poca/nada atención	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Mucha atención

Contenido publicado por la empresa *

	1	2	3	4	5	
Poca/nada atención	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Mucha atención

Comentarios realizados por los usuarios/seguidores *

	1	2	3	4	5	
Poca/nada atención	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Mucha atención

Información general de la empresa *

	1	2	3	4	5	
Poca/nada atención	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Mucha atención

Interacción de la empresa *

	1	2	3	4	5	
Poca/nada atención	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Mucha atención

Popularidad de la compañía *

	1	2	3	4	5	
Poca/nada atención	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Mucha atención

Número de seguidores *

	1	2	3	4	5	
Poca/nada atención	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Mucha atención

¿Sigues a alguna empresa desde tu/s cuenta/s en redes sociales? *

- ☐ Si
- ☐ No

¿Sigues a alguna empresa desde tu/s cuenta/s en redes sociales? *

- ☐ Si
- ☐ No

Si la respuesta anterior es afirmativa ¿Qué razones te empujaron a ello?

- ☐ Acceder a los puestos de trabajo que ofertan
- ☐ Estar al día de sus promociones y/o descuentos
- ☐ Publican contenido que me parece interesante y/o entretenido

Medios para encontrar ofertas de empleo

En una escala del 1 al 5, ¿con qué probabilidad acudes a los medios que se detallan a continuación para encontrar ofertas que se ajusten a tu perfil?

Ordénalos del 1 al 5, siendo el 1 nada probable y el 5 muy probable

Facebook *

	1	2	3	4	5	
Nada probable	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Muy probable

Twitter *

	1	2	3	4	5	
Nada probable	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Muy probable

Instagram *

	1	2	3	4	5	
Nada probable	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Muy probable

Blogs *

	1	2	3	4	5	
Nada probable	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Muy probable

Portales de empleo *

	1	2	3	4	5	
Nada probable	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Muy probable

SEPE *

	1	2	3	4	5	
Nada probable	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Muy probable

APPS para encontrar empleo *

	1	2	3	4	5	
Nada probable	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Muy probable

¿Alguna vez has enviado tu CV a una oferta de empleo que has conocido a través de las redes sociales? *

- ☐ Si
- ☐ No



¿Alguna vez te han contactado a través de las redes sociales en relación a una oferta de empleo? *

- ☐ Nunca
- ☐ Sí, pocas veces
- ☐ Si, muchas veces

Si la respuesta anterior es afirmativa, ¿Conseguiste finalmente el trabajo?

- ☐ No
- ☐ Sí
- ☐ No me interesaba la oferta
- ☐ Otro: _____

Valoración Redes Sociales

Valora las siguientes redes sociales o comunidades online según su idoneidad para encontrar empleo siendo el 1 un "valor de poco/nada valorado" y 5 "muy valorado"

Linkedin *

	1	2	3	4	5	
Poco/nada valorado	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Muy valorado

Facebook *

	1	2	3	4	5	
Poco/nada valorado	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Muy valorado

Blogs *

	1	2	3	4	5	
Poco/nada valorado	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Muy valorado

Twitter *

	1	2	3	4	5	
Poco/nada valorado	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Muy valorado

Instagram *

	1	2	3	4	5	
Poco/nada valorado	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Muy valorado

Infojobs *

	1	2	3	4	5	
Poco/nada valorado	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Muy valorado

¿Crees que las redes sociales/APPs para el empleo son una herramienta efectiva para encontrar empleo? *

- ☐ Efectivas
- ☐ Bastante/muy efectivas
- ☐ Nada/Poco efectivas

Motivos profesionales

Entre los siguientes motivos de índole profesional, valora del 1 al 5 cuáles son más importantes para ti a la hora de unirse a redes sociales/APPS de empleo, siendo el 1 el menos importante y el 5 el más importante

Mostrar/enviar el CV *

	1	2	3	4	5	
Menos importante	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Más importante

Establecer y mantener una red de contactos. *

	1	2	3	4	5	
Menos importante	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Más importante

Conocer las últimas novedades en mi ámbito profesional *

	1	2	3	4	5	
Menos importante	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Más importante

Investigar los perfiles de potenciales empleadores *

	1	2	3	4	5	
Menos importante	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Más importante

Crear marca personal *

	1	2	3	4	5	
Menos importante	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Más importante

Comprobar lo que otros dicen acerca de posibles empleadores *

	1	2	3	4	5	
Menos importante	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Más importante

¿Crees que las empresas están utilizando las redes sociales/APPs de empleo para reclutar talento? *

- ☐ Sí
- ☐ No
- ☐ No lo sé

Cuando buscas empleo, ¿lo comunicas a través de tus redes sociales/portales de empleo? *

- ☐ No
- ☐ Sí, pero solo en algunas redes sociales/portales de empleo (Linkedin, Facebook...)
- ☐ Sí

Si la respuesta anterior es negativa, ¿Cuáles son los motivos por los que NO dirías que buscas empleo?

Tu respuesta

¿En qué redes sociales/APPs de empleo comunicarías abiertamente que estás buscando empleo? *

- ☐ LinkedIn
- ☐ Facebook
- ☐ Twitter
- ☐ Instagram
- ☐ Otras

¿Qué estrategia sigues para darte a conocer en redes sociales/ APPs de empleo? *

- ☐ Fundamentalmente leo lo que publican los demás pero no suelo comentar mucho
- ☐ Publico material frecuentemente sobre mi campo de trabajo
- ☐ Comento lo que escriben otros usuarios

Cuando publicas contenidos u opiniones en las redes sociales, ¿tienes en mente que alguien pueda evaluarte por ello? *

☐ Sí

☐ No

¿Has modificado la privacidad de tus redes sociales por motivos profesionales? *

☐ No

☐ Sí, he hecho más privados mis perfiles

☐ Sí, he hecho más públicos mis perfiles

Género *

☐ Masculino

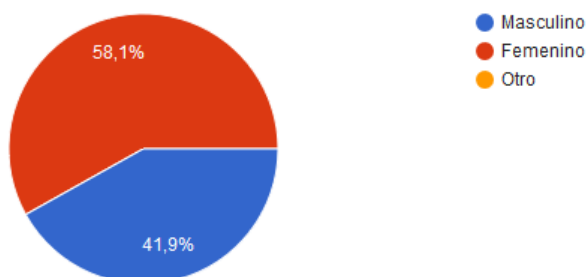
☐ Femenino

☐ Otro

8.2. ANEXO 2: Gráficos y explicaciones correspondientes al cuestionario realizado a trabajadores y personas en búsqueda activa de empleo.

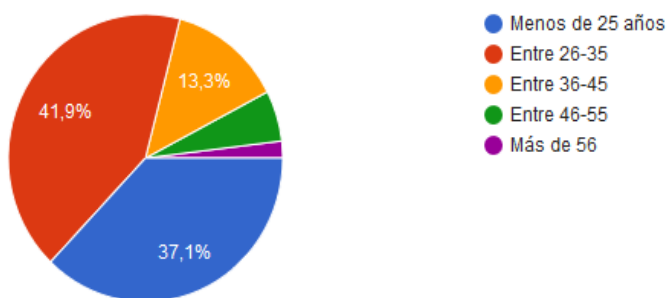
PERFILES

Gráfico I: Género



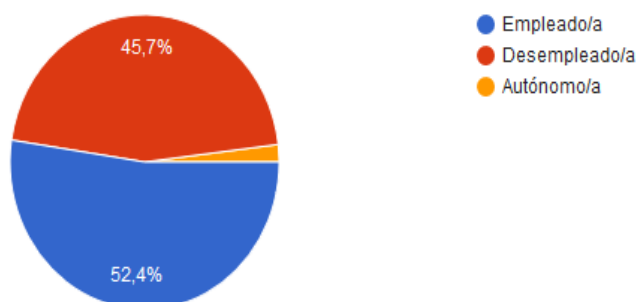
Fuente: Elaboración propia

Gráfico II: Edad



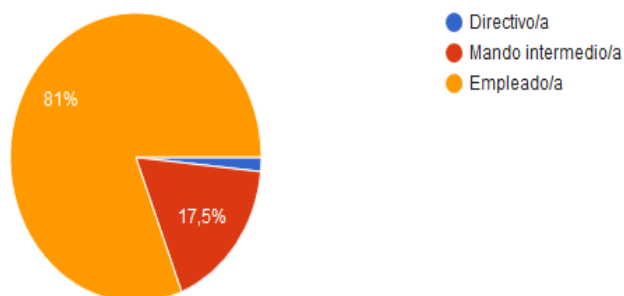
Fuente: Elaboración propia

Gráfico III: Situación Laboral



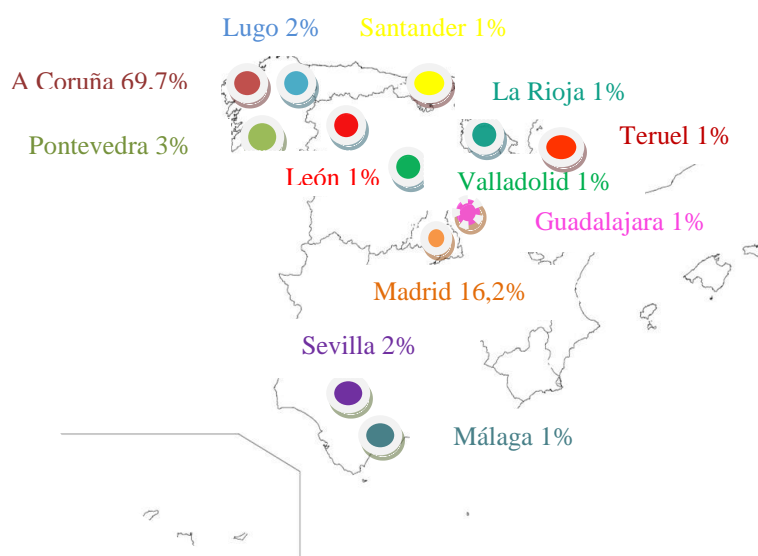
Fuente: Elaboración propia

Gráfico IV: Categoría Profesional



Fuente: Elaboración propia

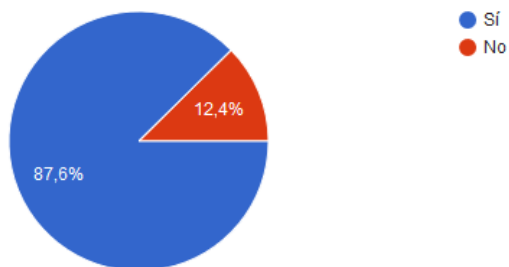
Ilustración I: Provincia



Fuente: Elaboración propia

EXPERIENCIA EN REDES SOCIALES

Gráfico V: ¿Tienes cuenta en alguna red social/APP de empleo?



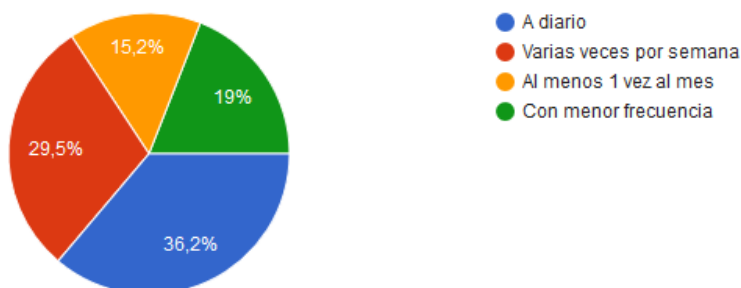
Fuente: Elaboración propia

Gráfico VI: ¿Con qué fines utilizas las distintas redes sociales?



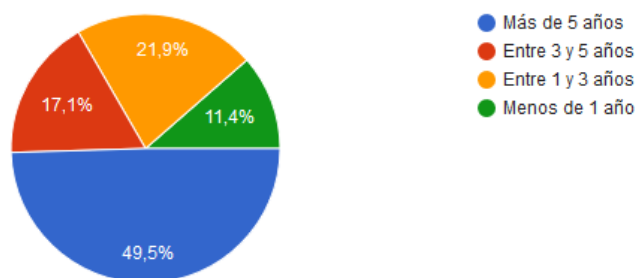
Fuente: Elaboración propia

Gráfico VII: ¿Con qué frecuencia accedes a las redes sociales/APPs de empleo?



Fuente: Elaboración propia

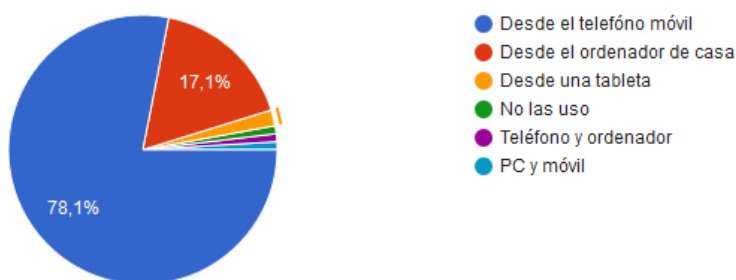
Gráfico VIII: ¿Cuánto tiempo hace que utilizas las redes sociales/APPs de empleo?



Fuente: Elaboración propia

Las redes sociales se han integrado en el día a día de los usuarios. El 66,6% de los encuestados lleva más de tres años utilizándolas.

Gráfico IX: ¿Desde dónde sueles acceder a las redes sociales/APPs de empleo?

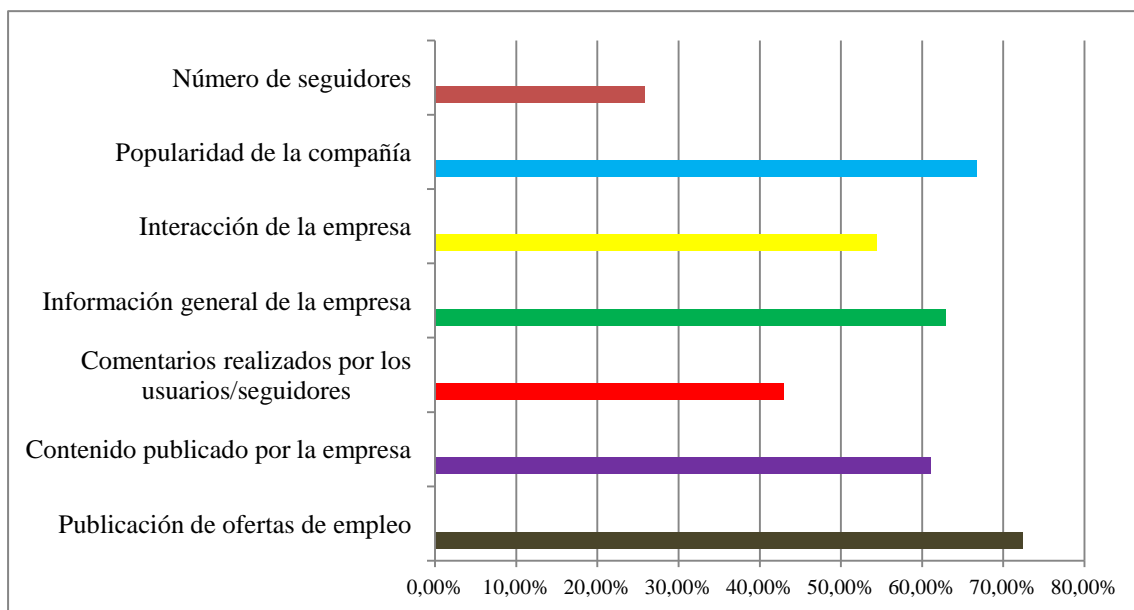


Fuente: Elaboración propia

***EL TELÉFONO MÓVIL ES LA OPCIÓN MÁS UTILIZADA POR LOS
USUARIOS PARA ACCEDER A SUS REDES SOCIALES Y/O APPS DE
EMPLEO***

EMPRESAS EN LAS REDES Y APPS

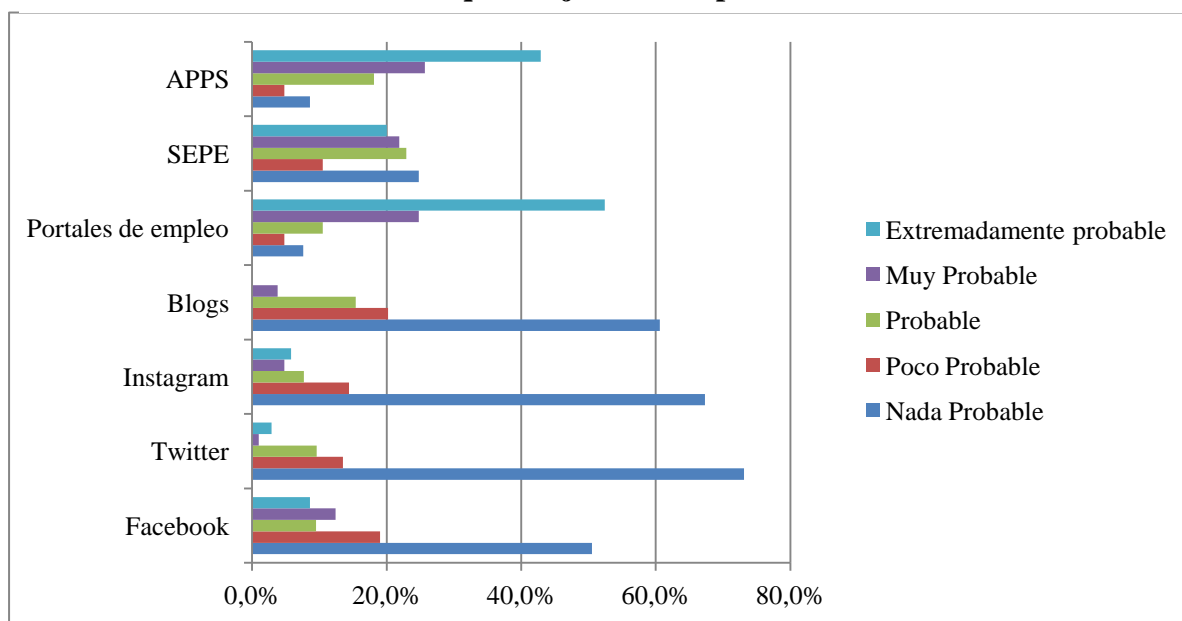
Gráfico X: ¿Qué atrae tu atención en el perfil de una empresa en redes sociales?



Fuente: Elaboración propia

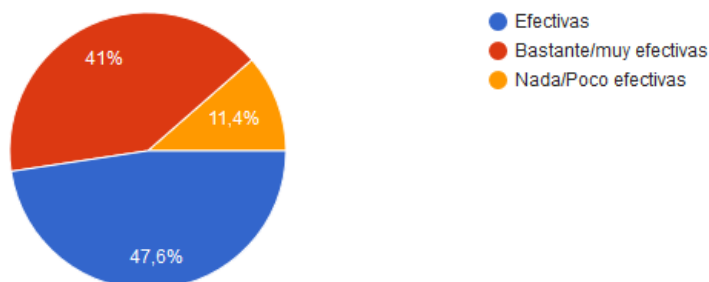
LA BÚSQUEDA DE EMPLEO A TRAVÉS DE LAS REDES SOCIALES Y APPS

Gráfico XI: Cuando buscas empleo, ¿adónde sueles acudir para encontrar ofertas que se ajusten a tu perfil?



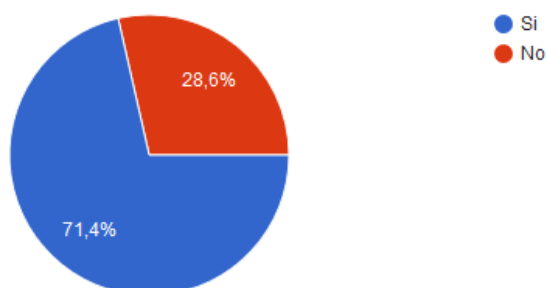
Fuente: Elaboración propia

Gráfico XII: ¿Crees que las redes sociales/APPs para el empleo son una herramienta efectiva para encontrar empleo?



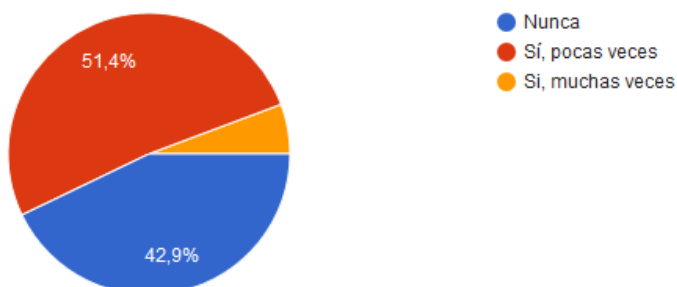
Fuente: Elaboración propia

Gráfico XIII: ¿Alguna vez has enviado tu CV a una oferta de empleo que has conocido a través de las redes sociales?



Fuente: Elaboración propia

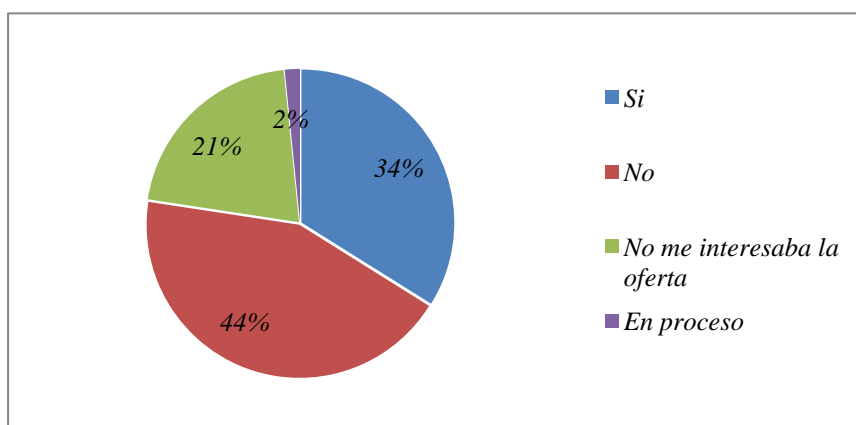
Gráfico XIV: ¿Alguna vez te han contactado a través de las redes sociales en relación a una oferta de empleo?



Fuente: Elaboración propia

El 48,6% de los profesionales que poseen cuenta/s en redes sociales han sido contactados por este medio en relación a una oferta de trabajo. El 51,4% todavía no ha recibido ninguna propuesta.

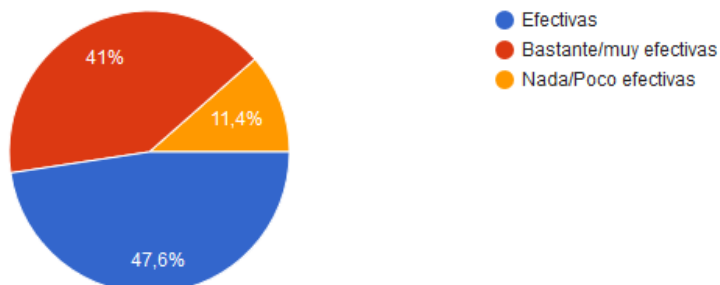
Gráfico XV: ¿Conseguiste finalmente el trabajo?



Fuente: Elaboración propia

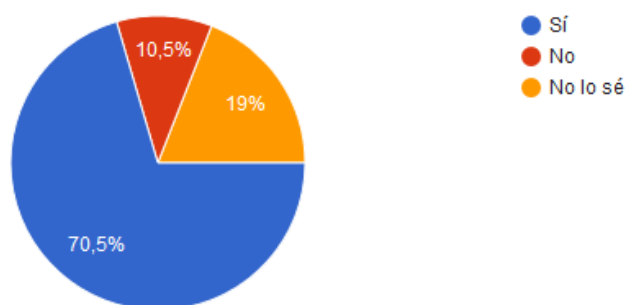
El 43% de los encuestados que han sido contactados por redes sociales en relación a un empleo finalmente no han conseguido el trabajo.

Gráfico XVI: ¿Crees que las redes sociales/apps para el empleo son una herramienta efectiva para encontrar empleo?



Fuente: Elaboración propia

Gráfico XVII: ¿Crees que las empresas están utilizando las redes sociales/apps de empleo para reclutar talento?

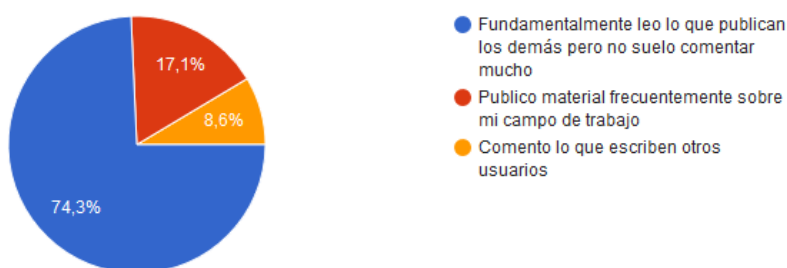


Fuente: Elaboración propia

REPUTACIÓN ONLINE

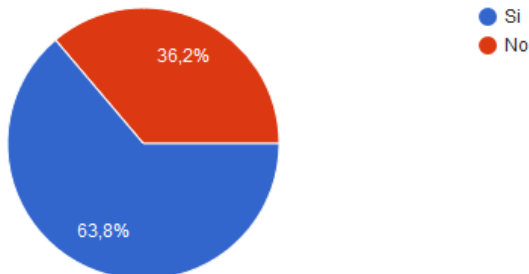
La encuesta realizada manifiesta una actitud pasiva por parte de los candidatos a la hora de usar las redes sociales como medio para darse a conocer profesionalmente. Los usuarios son conscientes de que todo lo que publiquen en sus perfiles podría ser evaluado por posibles reclutadores.

Gráfico XVIII: ¿Qué estrategia sigues para darte a conocer en redes sociales/ apps de empleo?



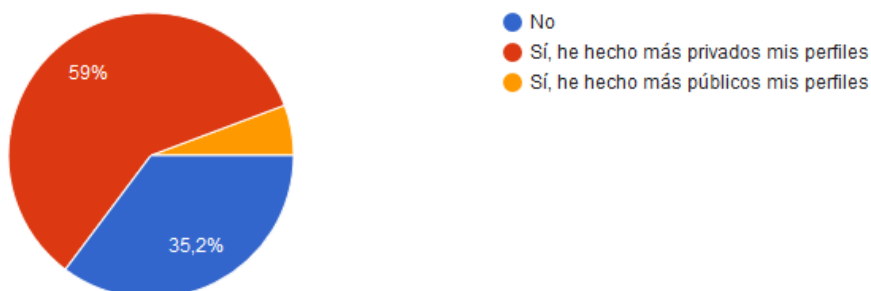
Fuente: Elaboración propia

Gráfico XIX: Cuando publicas contenidos u opiniones en las redes sociales, ¿tienes en mente que alguien pueda evaluarte por ello?



Fuente: Elaboración propia

Gráfico XX: ¿Has modificado la privacidad de tus redes sociales por motivos profesionales?



Fuente: Elaboración propia

8.3. ANEXO 3: Preguntas correspondientes al segundo cuestionario dirigido a profesionales de los Recursos Humanos.

Cargo de la empresa

- ☐ Director de la empresa
- ☐ Director del departamento
- ☐ Mando intermedio
- ☐ Empleado

Sector

- ☐ Industria
- ☐ Servicios
- ☐ TIC
- ☐ Otro: _____

Sector

- ☐ Industria
- ☐ Servicios
- ☐ TIC
- ☐ Otro: _____

Número de empleados

- ☐ Menos de 10
- ☐ Entre 10 y 50
- ☐ Entre 51 y 250
- ☐ Entre 251 y 1000
- ☐ Otro: _____

¿Tienes cuenta personal en alguna red social?

- ☐ Sí
- ☐ No

¿De cuáles de las siguientes redes sociales o comunidades online eres usuario activo?

- ☐ Facebook
- ☐ LinkedIn
- ☐ Instagram
- ☐ Twitter

¿Tú empresa tiene algún tipo de presencia en redes sociales?

- ☐ Si
- ☐ No
- ☐ No lo sé



¿En cuáles de las siguientes redes sociales tenéis cuenta corporativa?

- ☐ Facebook
- ☐ LinkedIn
- ☐ Twitter
- ☐ Instagram

¿Desde dónde sueles acceder a las redes sociales?

- ☐ Desde el teléfono móvil
- ☐ Desde el ordenador de casa
- ☐ Desde el ordenador del trabajo
- ☐ Desde una tableta
- ☐ Otro: _____



¿Qué medios utilizas para buscar los posibles candidatos a los puestos que deseáis cubrir?

- ☐ Portal web de empleo
- ☐ Contactos personales
- ☐ Redes sociales
- ☐ Web corporativa
- ☐ Promoción interna
- ☐ Candidaturas espontáneas
- ☐ Empresas de selección
- ☐ Centros de formación
- ☐ SEPE
- ☐ Cazatalentos/Headhunter
- ☐ Otros

Valoración de las distintas redes sociales o comunidades online

Valora las siguientes redes sociales o comunidades online según su idoneidad para encontrar empleo. Puntúalo del 1 al 5, siendo el 1 el valor más bajo y el 5 el valor más alto.

Portal Web de empleo

	1	2	3	4	5	
Poco o nada idóneo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Idóneo

Contactos personales

	1	2	3	4	5	
Poco o nada idóneo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Idóneo

Redes sociales

	1	2	3	4	5	
Poco o nada idóneo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Idóneo

Webs corporativas

	1	2	3	4	5	
Poco o nada idóneo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Idóneo

Promoción Interna

	1	2	3	4	5	
Poco o nada idóneo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Idóneo

Candidaturas espontáneas

	1	2	3	4	5	
Poco o nada idóneo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Idóneo

Empresas de selección

	1	2	3	4	5	
Poco o nada idóneo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Idóneo

Centros de formación

	1	2	3	4	5	
Poco o nada idóneo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Idóneo

SEPE

	1	2	3	4	5	
Poco o nada idóneo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Idóneo

Cazatalentos/Headhunter

	1	2	3	4	5	
Poco o nada idóeno	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Idóneo

APPs para el empleo

	1	2	3	4	5	
Poco o nada idóneo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Idóneo

En tu empresa, el uso de las redes sociales para captar y atraer talento es...

- ☐ Altamente recomendable
 - ☐ No existe indicación sobre ello
 - ☐ Totalmente voluntario
 - ☐ Obligatorio
-

Mayoritariamente, para captar talento a través de las RRSS utilizas...

- ☐ Los perfiles corporativos
- ☐ Tus perfiles personales
- ☐ Perfiles creados para la búsqueda de candidatos

¿Qué tipos de profesionales, según su categoría profesional, buscas a través de RRSS?

- ☐ Dirección
 - ☐ Mandos intermedios
 - ☐ Puestos técnicos
 - ☐ Empleados
-

Aproximadamente, ¿que porcentaje de las incorporaciones que han tenido lugar en tu empresa durante el último año has/habéis encontrado a través de las redes sociales?

- ☐ 0%
- ☐ 10%
- ☐ 20%
- ☐ 30%
- ☐ 40%
- ☐ 50%

-
- ☐ 60%
 - ☐ 70%
 - ☐ 80%
 - ☐ 90%
 - ☐ 100%
-

Aproximadamente, ¿que porcentaje de las incorporaciones que han tenido lugar en tu empresa durante el último año has/habéis encontrado a través de las APPs para el empleo?

- ☐ 0%
- ☐ 10%
- ☐ 20%
- ☐ 30%
- ☐ 40%
- ☐ 50%
- ☐ 60%

- ☐ 70%
- ☐ 80%
- ☐ 90%
- ☐ 100%

¿Estás satisfecho/a con los perfiles de candidatos que has encontrado en tus búsquedas a través de redes sociales?

- ☐ Muy satisfecho/a
- ☐ Satisfecho/a
- ☐ Poco o nada satisfecho/a

Evalúa el éxito en la contratación a través de las redes sociales que has utilizado para reclutar candidatos, siendo el 1 valor más bajo y el 5 el más alto

Linkedin

	1	2	3	4	5	
Negativo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Positivo

Facebook

	1	2	3	4	5	
Negativo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Positivo

Twitter

	1	2	3	4	5	
Negativo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Positivo

Instagram

	1	2	3	4	5	
Negativo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Positivo

¿Qué tipo de estrategia desarrolla tu empresa en LinkedIn?

- ☐ Publicación de ofertas
- ☐ Búsqueda de candidatos pasivos
- ☐ Comunicación con candidatos
- ☐ Recepción de solicitudes de empleo
- ☐ Comprobación de la veracidad del CV de los candidatos
- ☐ Employer Branding

¿Qué tipo de estrategia desarrolla tu empresa en Facebook?

- ☐ Publicación de ofertas
 - ☐ Búsqueda de candidatos pasivos
 - ☐ Comunicación con candidatos
 - ☐ Recepción de solicitudes de empleo
 - ☐ Comprobación de la veracidad del CV de los candidatos
 - ☐ Employer Branding
-

¿Qué tipo de estrategia desarrolla tu empresa en Twitter?

- ☐ Publicación de ofertas
- ☐ Búsqueda de candidatos pasivos
- ☐ Comunicación con candidatos
- ☐ Recepción de solicitudes de empleo
- ☐ Comprobación de la veracidad del CV de los candidatos
- ☐ Employer Branding

¿Qué objetivos esperas conseguir utilizando las redes sociales/APPs para el empleo como canal de intermediación laboral?

- ☐ Mejorar la calidad de los CV que se reciben
- ☐ Diversificar los canales de reclutamiento
- ☐ Reducir el tiempo de selección y/o contratación
- ☐ Recibir un mayor número de CVs
- ☐ Reducir el presupuesto para la selección y/o contratación

¿Tenéis pensado incrementar la inversión en alguna red o plataforma social para reclutar durante el próximo año?

- ☐ Si
- ☐ No
- ☐ Tal vez
- ☐ Otro: _____

En tu opinión, ¿qué aspectos negativos te has encontrado al reclutar candidatos a través de RRSS?

- ☐ Los candidatos no dan a sus redes un uso suficientemente profesional
- ☐ Necesito mucho tiempo para realizar la búsqueda de talento
- ☐ No encuentro a los candidatos que necesito
- ☐ Los candidatos no se presentan de forma adecuada
- ☐ Las redes sociales no permiten una búsqueda de talento fácil y/o intuitiva
- ☐ Apenas conseguimos candidatos que se inscriban en las ofertas de empleo que publicamos en redes

En cuanto a las redes sociales.... Valora las siguientes afirmaciones

Siendo el 1 el valor más bajo y el 5 el más alto

Las redes sociales son un elemento muy importante para ser competitivo a la hora de reclutar talento

	1	2	3	4	5	
Poco o nada de acuerdo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Muy de acuerdo

El reclutamiento a través de redes sociales supone una mayor afinidad de los candidatos al perfil buscado

	1	2	3	4	5	
Poco o nada de acuerdo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Muy de acuerdo

El reclutamiento en redes sociales eliminará cualquier otra forma de reclutamiento

	1	2	3	4	5	
Poco o nada de acuerdo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Muy de acuerdo

A la hora de seleccionar candidatos, ¿consultas sus perfiles en redes sociales?

- ☐ De vez en cuando
- ☐ Siempre
- ☐ Depende del puesto requerido
- ☐ Nunca

En los procesos de reclutamiento en redes sociales, ¿qué es lo que atrae tu atención en los perfiles de los candidatos?

- ☐ Trayectoria profesional
- ☐ Habilidades/aptitudes específicas
- ☐ Años de experiencia
- ☐ Contactos en común
- ☐ Número de contactos/seguidores

¿Has reconsiderado a algún candidato preseleccionado después de ver sus perfiles en redes sociales?

- ☐ Sí
- ☐ No
- ☐ Tal vez
- ☐ Otro: _____

¿Alguna vez has RECHAZADO a un candidato por su actividad en redes sociales?

- ☐ Sí
- ☐ No
- ☐ Tal vez
- ☐ Otro: _____

¿En qué momento analizas la actividad y reputación del candidato en las redes sociales?

- ☐ Antes de la entrevista con el candidato
- ☐ Después de la entrevista con el candidato
- ☐ En el momento en el que recibo las candidaturas
- ☐ En la fase final del proceso, una vez hecha la oferta

Perfiles

Sexo

- ☐ Mujer
- ☐ Hombre
- ☐ Otro: _____

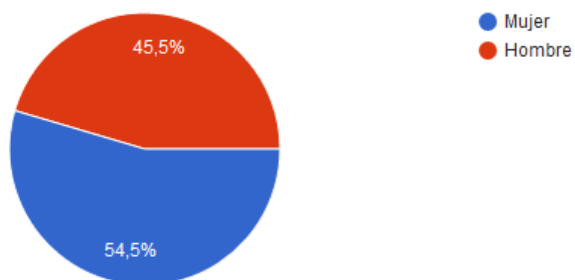
Edad

- ☐ Menos de 25
- ☐ 26-35
- ☐ 46-55
- ☐ Más de 56

8.4. ANEXO 4: Gráficos y explicaciones correspondientes al cuestionario realizado a profesionales de los Recursos Humanos.

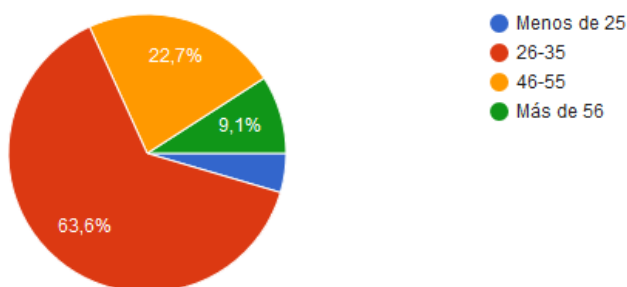
PERFILES

Gráfico XXI: Género



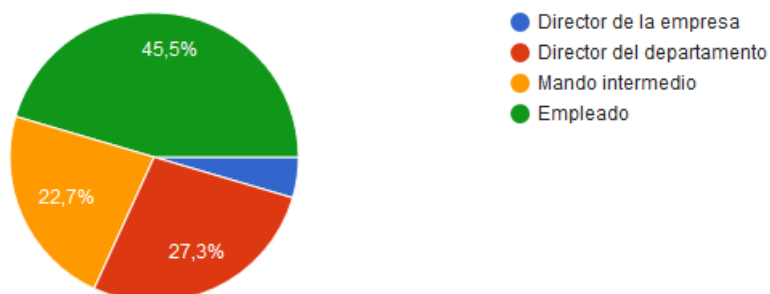
Fuente: Elaboración propia

Gráfico XXII: Edad



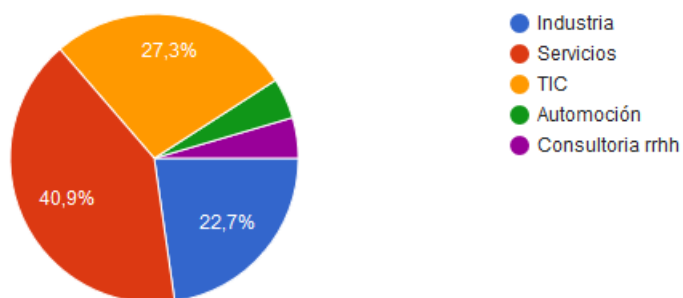
Fuente: Elaboración propia

Gráfico XXIII: Cargo de la empresa



Fuente: Elaboración propia

Gráfico XXIV: Sector

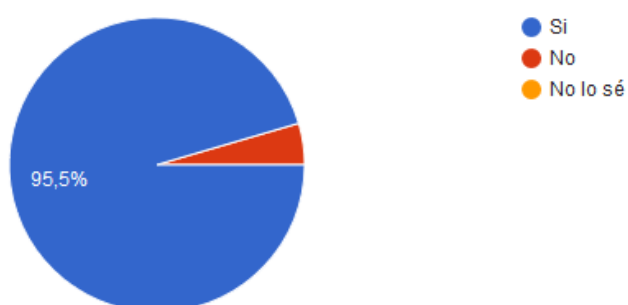


Fuente: Elaboración propia

EXPERIENCIA EN REDES SOCIALES

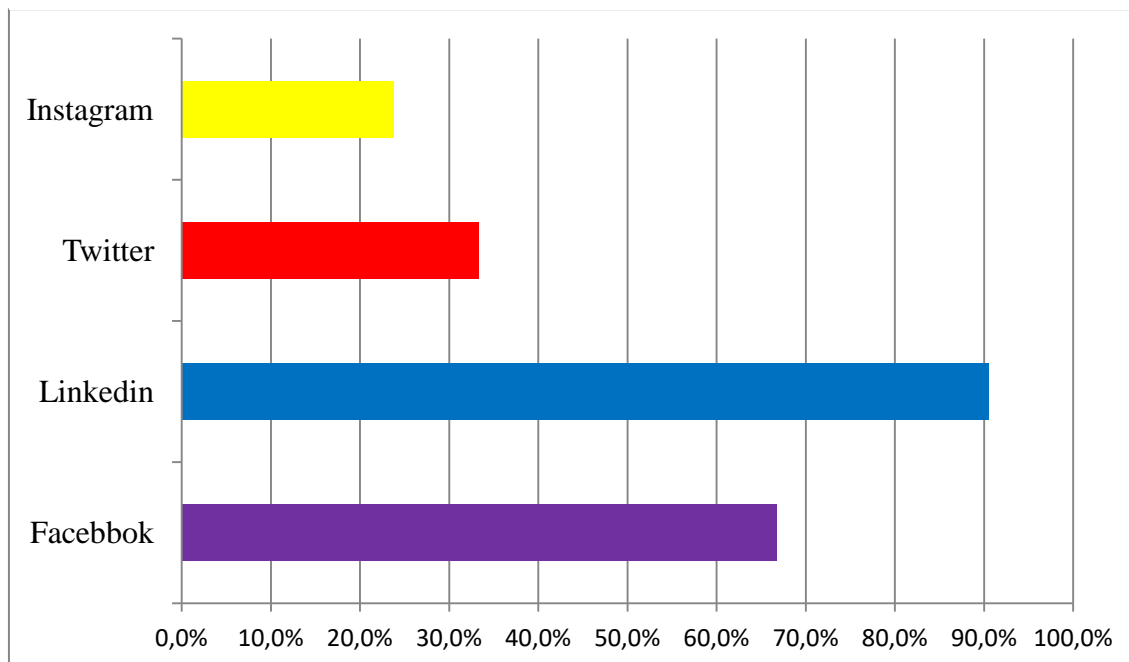
El 72,7% de los profesionales de recursos humanos encuestados tiene alguna cuenta personal en una red social. La que cuenta con más reclutadores registrados es LinkedIn, seguido de Facebook e Instagram.

Gráfico XXV: ¿Tú empresa tiene algún tipo de presencia en redes sociales?



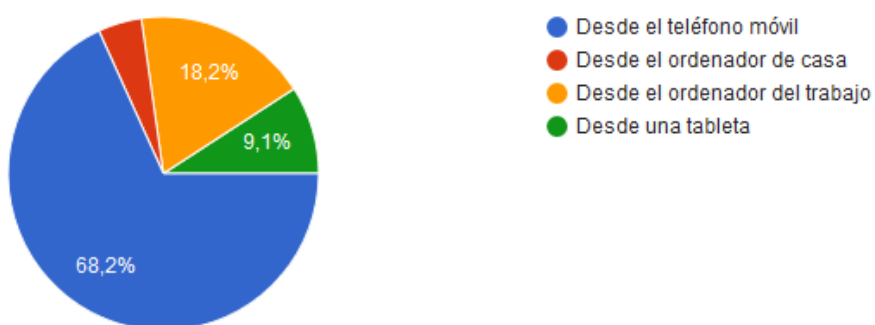
Fuente: Elaboración propia

Gráfico XXVI: ¿En cuáles de las siguientes redes sociales tenéis cuenta corporativa?



Fuente: Elaboración propia

Gráfico XXVII: ¿Desde dónde sueles acceder a las redes sociales?

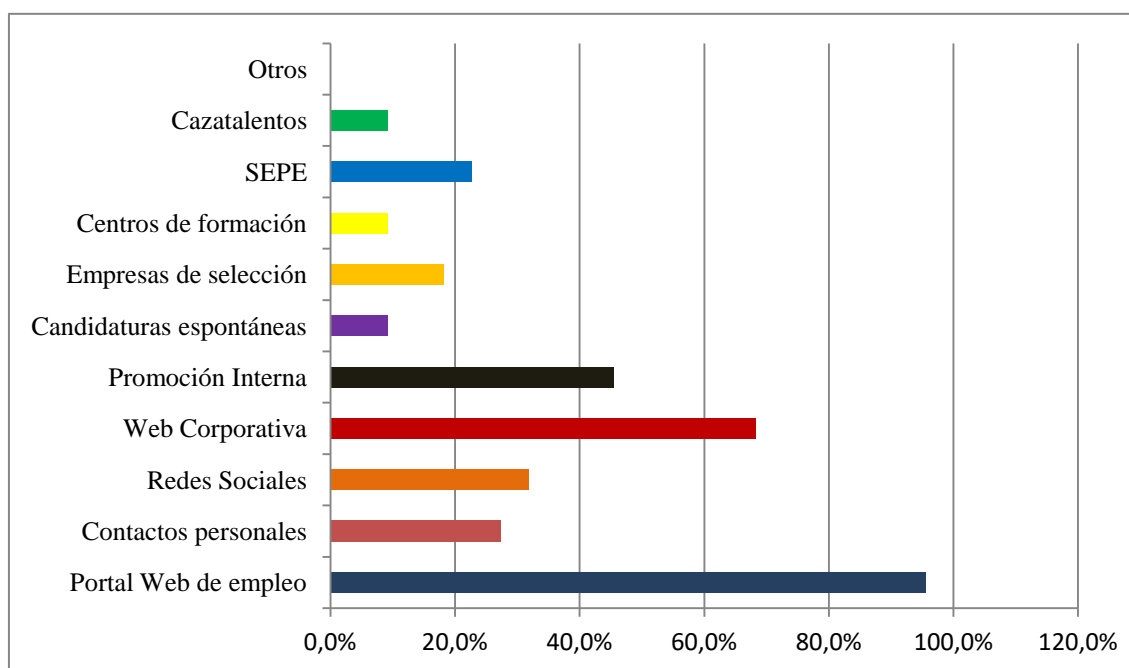


Fuente: Elaboración propia

Nuestros hábitos están cambiando constantemente y a un ritmo frenético, teniendo repercusión en la manera que los profesionales de selección acceden a las redes sociales. El 68,2% de los mismos acceden a través del teléfono móvil, superando al ordenador.

RECLUTAMIENTO EN REDES SOCIALES

Gráfico XXVIII: ¿Qué medios utilizas para buscar los posibles candidatos a los puestos que deseáis cubrir?

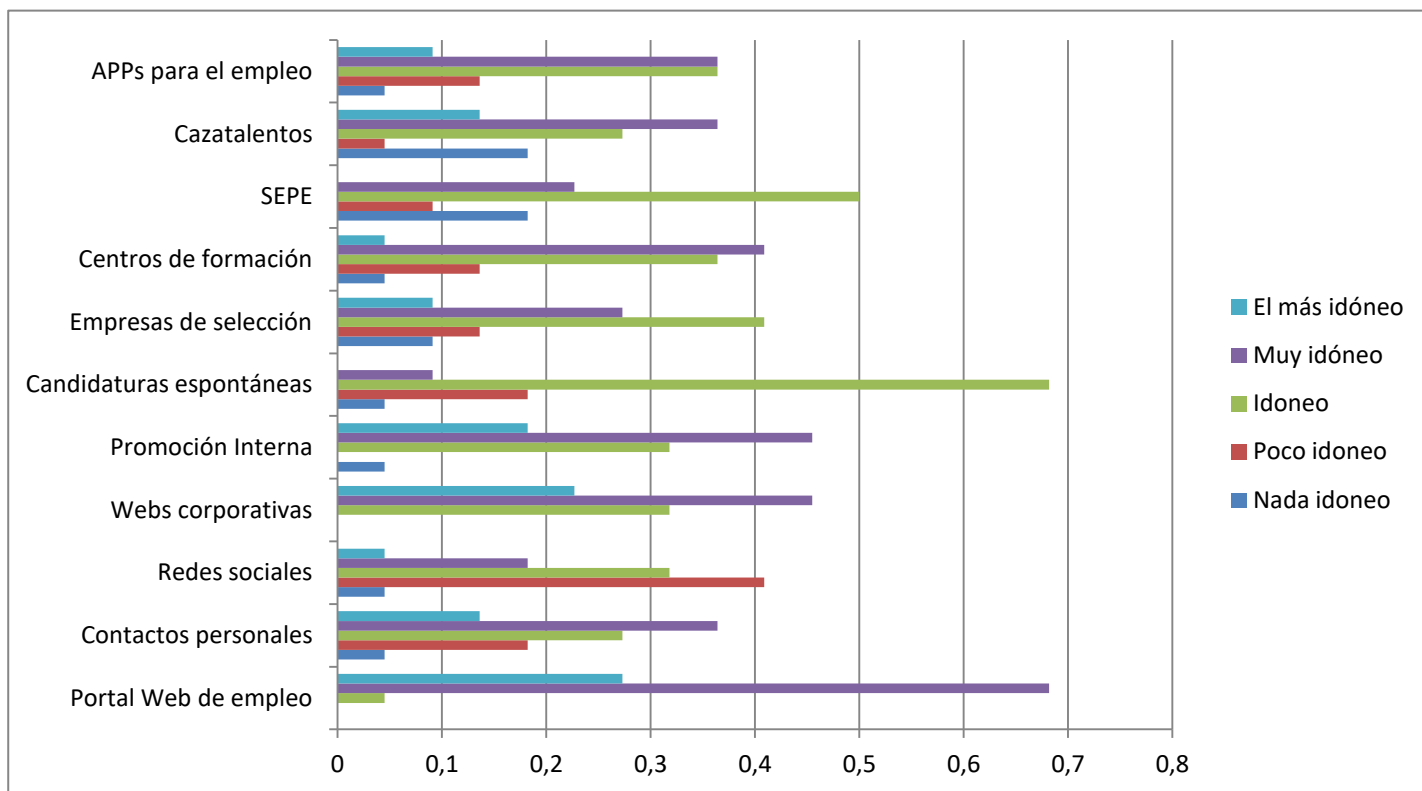


Fuente: Elaboración propia

Las tres herramientas a las que recurren siempre o casi siempre los profesionales de recursos humanos que quieren reclutar a futuros candidatos son los portales web de empleo (95,5%), la web corporativa (68,2%) y la promoción interna (45,5%)³.

³ La suma de los porcentajes es mayor que 100, ya que cada encuestado/a ha podido elegir más de una opción.

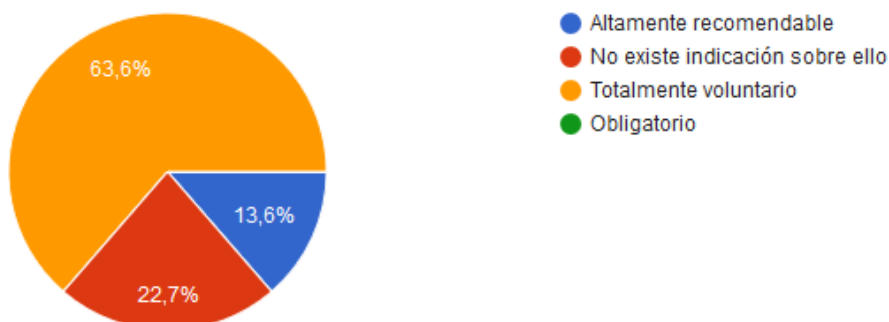
Gráfico XXIX: Valora las siguientes redes sociales o comunidades online según su idoneidad para encontrar empleo.



Fuente: Elaboración propia

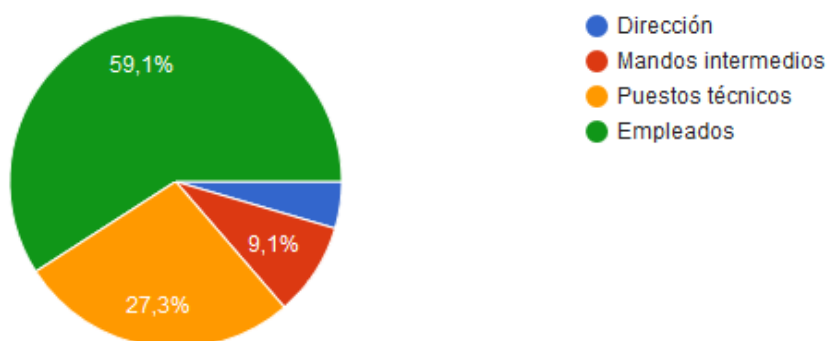
Los portales web de empleo siguen siendo el medio mejor valorado por los responsables de Recursos Humanos para reclutar talento en España. En el mismo nivel se encuentran también los contactos personales, y las webs corporativas. En el otro lado, nos encontramos con valoraciones negativas las candidaturas espontáneas, el SEPE o los centros de formación.

Gráfico XXX: En tu empresa, el uso de las redes sociales para captar y atraer talento es...



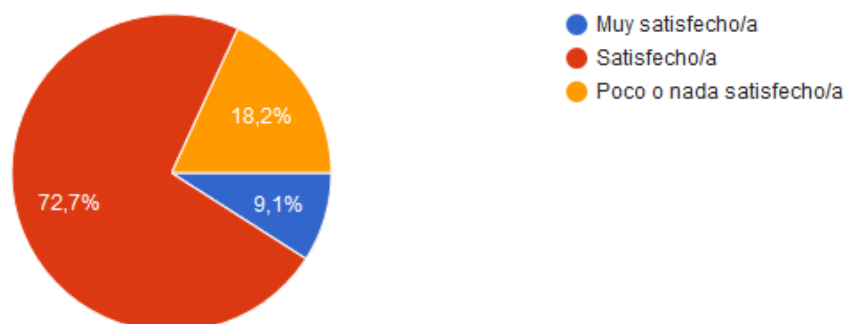
Fuente: Elaboración propia

Gráfico XXXI: ¿Qué tipos de profesionales, según su categoría profesional, buscas a través de RRSS?



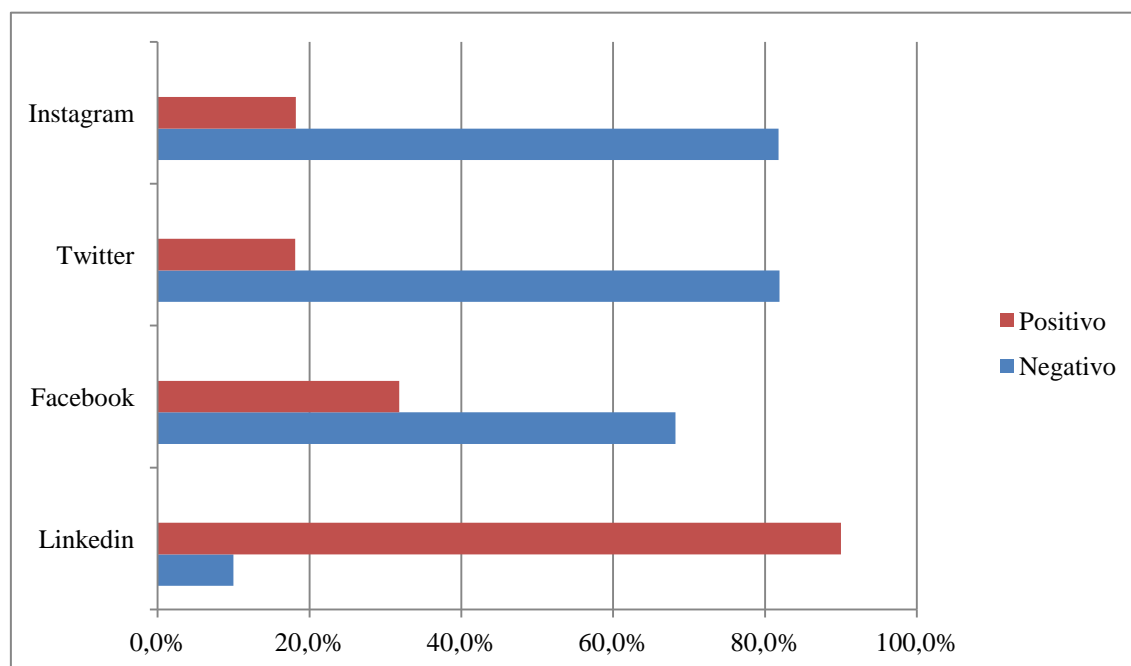
Fuente: Elaboración propia

Gráfico XXXII: ¿Estás satisfecho/a con los perfiles de candidatos que has encontrado en tus búsquedas a través de redes sociales?



Fuente: Elaboración propia

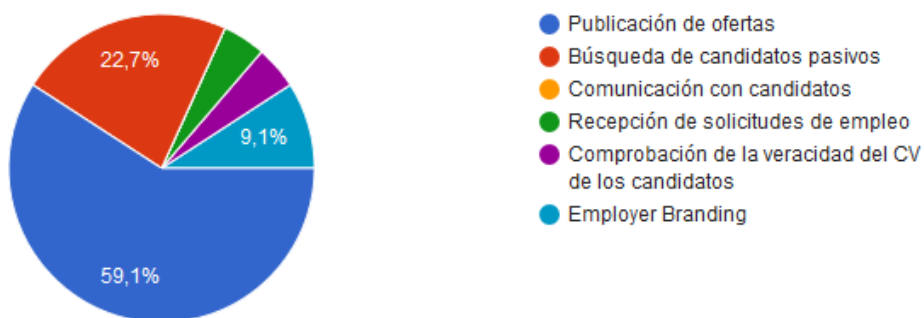
Gráfico XXXIII: Evalúa el éxito en la contratación a través de las redes sociales que has utilizado para reclutar candidatos



Fuente: Elaboración propia

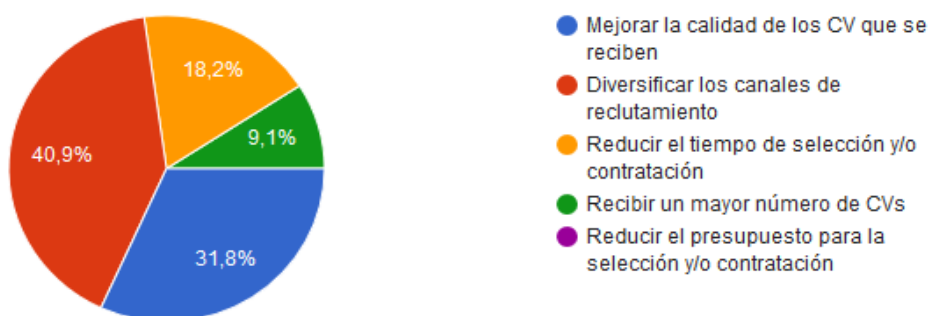
***LINKEDIN ES LA RED SOCIAL MÁS VALORADA POR LOS
PROFESIONALES DE LOS RECURSOS HUMANOS***

Gráfico XXXIV: ¿Qué tipo de estrategia desarrolla tu empresa en LinkedIn?



Fuente: Elaboración propia

Gráfico XXXV: ¿Qué objetivos esperas conseguir utilizando las redes sociales/APPs para el empleo como canal de intermediación laboral?



Fuente: Elaboración propia

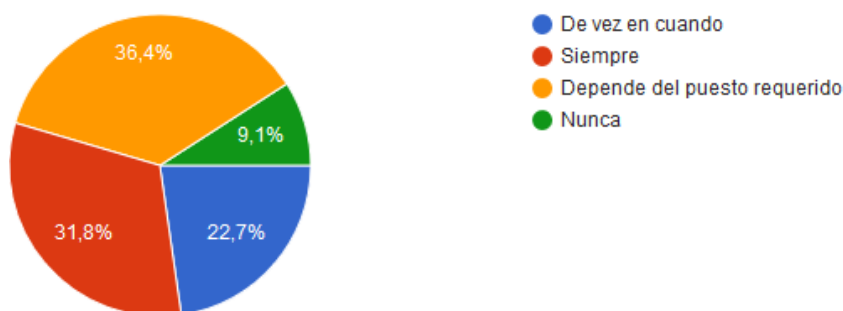
Gráfico XXXVI: En tu opinión, ¿qué aspectos negativos te has encontrado al reclutar candidatos a través de RRSS?



**EL 54,5% DE LOS RECLUTADORES OPINA QUE LOS CANDIDATOS NO
DAN UN USO SUFICIENTEMENTE PROFESIONAL A SUS REDES
SOCIALES**

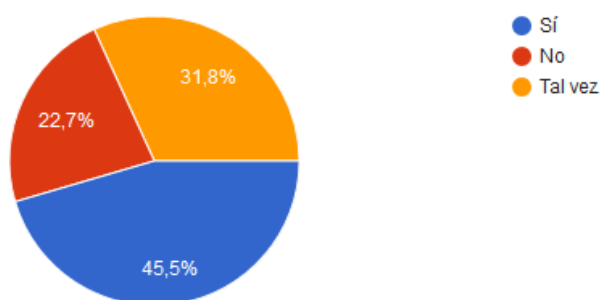
REPUTACIÓN ONLINE

Gráfico XXXVII: A la hora de seleccionar candidatos, ¿consultas sus perfiles en redes sociales?



Fuente: Elaboración propia

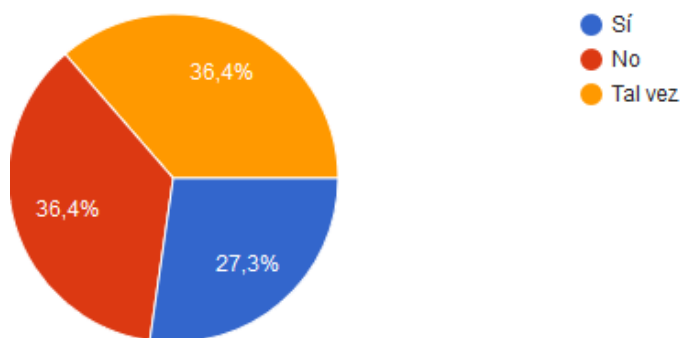
Gráfico XXXVIII: ¿Has reconsiderado a algún candidato preseleccionado después de ver sus perfiles en redes sociales?



Fuente: Elaboración propia

***EL 45,5% DE LOS RECLUTADORES HAN RECONSIDERADO ALGUN
CANDIDATO DESPUÉS DE VER SUS PERFILES EN RRSS***

Gráfico XXXIX: ¿Alguna vez has RECHAZADO a un candidato por su actividad en redes sociales?



Fuente: Elaboración propia

8.5. ANEXO 5: Imagen I

Imagen I: “Medios utilizados para buscar candidatos (Opción de los candidatos)”.

Medios utilizados para buscar candidatos

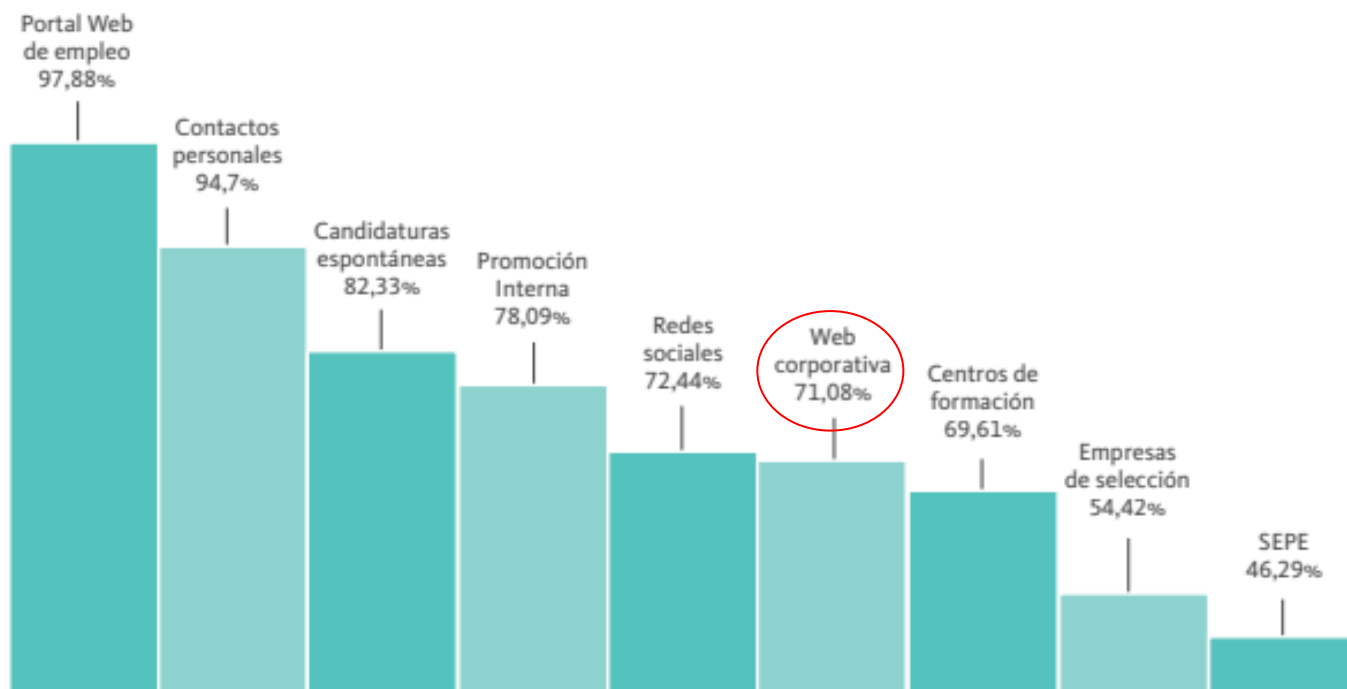
	Con frecuencia	Ocasionalmente	Nunca
Portal web de empleo	69,61%	28,27%	2,12%
Contactos personales	39,58%	55,12%	5,30%
Redes sociales	34,28%	38,16%	27,56%
Promoción interna	28,98%	49,12%	21,91%
Página web de la empresa	28,62%	43,46%	27,92%
Candidaturas espontáneas	22,26%	60,07%	17,67%
Centros de formación	19,43%	50,18%	30,39%
Empresas de selección	16,96%	37,46%	45,58%
SEPE (antiguo INEM) y/o demás servicios públicos de empleo (autonómicos, municipales, etc.)	11,31%	34,98%	53,71%
Foro y ferias de empleo	9,19%	33,92%	56,89%
Cazatalentos / <i>Headhunter</i>	6,01%	27,56%	66,43%
Anuncios en medios de comunicación	4,95%	27,92%	67,14%

Fuente: Infoempleo - Adecco, 2018.

8.6. ANEXO 6: Imagen II

Imagen II: “Medios utilizados para buscar candidatos (Opción de los reclutadores).”

Medios utilizados para buscar candidatos



Fuente: Infoempleo - Adecco, 2018.

8.7. ANEXO 7: Imagen III

Imagen III: “Medios utilizados para buscar candidatos (Opción de los candidatos).”

Medios utilizados para buscar candidatos

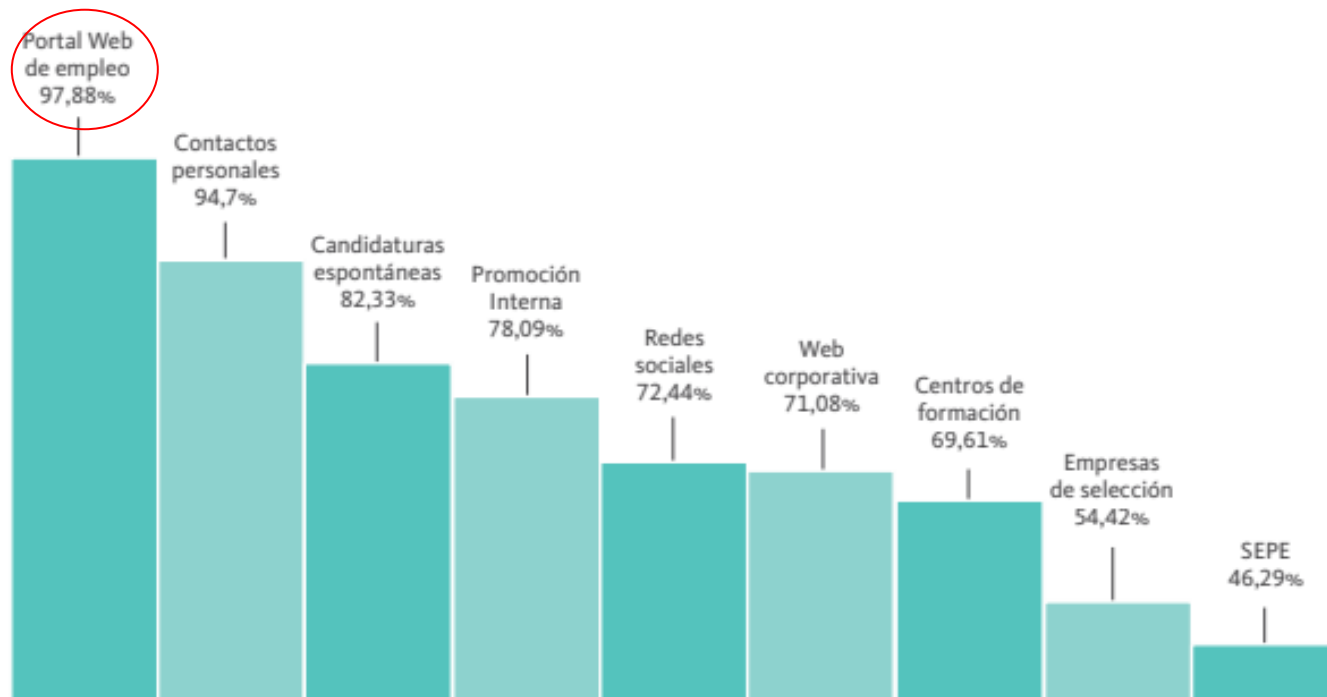
	Con frecuencia	Ocasionalmente	Nunca
Portal web de empleo	69,61%	28,27%	2,12%
Contactos personales	39,58%	55,12%	5,30%
Redes sociales	34,28%	38,16%	27,56%
Promoción interna	28,98%	49,12%	21,91%
Página web de la empresa	28,62%	43,46%	27,92%
Candidaturas espontáneas	22,26%	60,07%	17,67%
Centros de formación	19,43%	50,18%	30,39%
Empresas de selección	16,96%	37,46%	45,58%
SEPE (antiguo INEM) y/o demás servicios públicos de empleo (autonómicos, municipales, etc.)	11,31%	34,98%	53,71%
Foro y ferias de empleo	9,19%	33,92%	56,89%
Cazatalentos / <i>Headhunter</i>	6,01%	27,56%	66,43%
Anuncios en medios de comunicación	4,95%	27,92%	67,14%

Fuente: Infoempleo - Adecco, 2018.

8.8. ANEXO 8: Imagen IV

Imagen IV: “Medios utilizados para buscar candidatos (Opción de los reclutadores).”

Medios utilizados para buscar candidatos



Fuente: Infoempleo - Adecco, 2018.